

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERIA COMERCIAL



**“LA CALIDAD DEL SERVICIO Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DE
LOS PENSIONISTAS DE LA OFICINA DE NORMALIZACIÓN PREVISIONAL -
SEDE TACNA EN EL AÑO 2018.”**

TESIS PRESENTADA POR:

BACHILLER JOSSELHING ANDREA VILCHEZ CASTILLO

ASESOR:

DR. ELMER MARCIAL LIMACHE SANDOVAL

PARA OPTAR POR EL TITULO PROFESIONAL DE:

INGENIERÍA COMERCIAL

TACNA –PERU

2019

DEDICATORIA

A Dios.

Por darme vida, por brindarme salud, por iluminar mi alma y corazón para lograr mis objetivos.

A mi familia.

A mi madre; por su amor incondicional, por ser el pilar que me impulsa a ser mejor cada día. A mi padre; por su confianza y amor, por enseñarme el valor de la vida y la naturaleza.

AGRADECIMIENTO

A mi alma máter, la Universidad Privada de Tacna, por permitirme desarrollar mis capacidades.

A mis maestros, por la paciencia y orientación durante la realización de este trabajo.

A mis compañeros y amigos, por su disposición y apoyo en todo momento.

Tabla de contenidos

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.1. Descripción del problema	3
1.2. Formulación del problema	5
1.2.1. Problema Principal	5
1.2.2. Problemas Específicos	5
1.3. Justificación de la investigación	6
1.4. Objetivos	7
1.4.1. Objetivo General	7
1.4.2. Objetivos Específicos	7
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	8
2.1. Antecedentes	8
2.1.1. A nivel Internacional	8
2.1.2. A nivel Nacional.....	9
2.1.3. A nivel Local.....	11
2.2. Bases Teóricas	12
2.2.1. Calidad del Servicio.....	12
2.2.2. Satisfacción del Cliente.....	23
2.3. Definición de conceptos básicos	34
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	36
3.1. Hipótesis.....	36

3.1.1.	Hipótesis general	36
3.1.2.	Hipótesis específicas.....	36
3.2.	Variable e indicadores.....	37
3.3.	Tipo de investigación.....	38
3.4.	Diseño de investigación	38
3.5.	Nivel de investigación.....	38
3.6.	Ámbito de la investigación.....	39
3.7.	Población y muestra.....	39
3.7.1.	Población.....	39
3.7.2.	Muestra	39
3.8.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	40
3.9.	Procesamiento y análisis de datos	41
CAPÍTULO IV: RESULTADOS		42
4.1.	Validación y confiabilidad del instrumento	42
4.1.1.	Aplicación del coeficiente de confiabilidad.....	42
4.1.2.	Relación variable, indicadores e ítems	43
4.1.3.	Escala de valoración de la variable.....	45
4.2.	Tratamiento estadístico	49
4.2.1.	Resultados	49
4.3.	Verificación de hipótesis.....	89
4.3.1.	Verificación de hipótesis general	89
4.3.2.	Verificación de hipótesis específicas.....	91

CONCLUSIONES	103
RECOMENDACIONES	106
REFERENCIAS	108
APÉNDICE	112

Lista de Tablas

Tabla 1	Modelo SERQUAL	19
Tabla 2	Coeficiente de Alfa de Cronbach para la variable Calidad del servicio y dimensiones	42
Tabla 3	Coeficiente de Alfa de Cronbach para la variable Satisfacción del cliente y dimensiones	43
Tabla 4	Preguntas empleadas para la Variable Calidad del servicio	43
Tabla 5	Preguntas empleadas para la Variable Satisfacción del cliente	44
Tabla 6	Prueba de normalidad	47
Tabla 7	Cumplimiento del servicio	50
Tabla 8	Resolución de problemas	51
Tabla 9	Servicio adecuado	52
Tabla 10	Tiempo de servicio	53
Tabla 11	Margen de errores	54
Tabla 12	Confianza al cliente	55
Tabla 13	Seguridad en el servicio	56
Tabla 14	Cortesía	57
Tabla 15	Conocimiento del servicio	58
Tabla 16	Equipos	59
Tabla 17	Apariencia de instalaciones físicas	60
Tabla 18	Apariencia de empleados	61
Tabla 19	Material de apoyo	62
Tabla 20	Comunicación	63
Tabla 21	Servicio rápido	64
Tabla 22	Deseo de ayuda	65
Tabla 23	Ocupación del trabajador	66
Tabla 24	Atención individualizada	67
Tabla 25	Horarios de atención	68
Tabla 26	Personalización	69
Tabla 27	Preocupación	70
Tabla 28	Comprensión de necesidades	71
Tabla 29	Expectativas	72
Tabla 30	Desempeño del servicio	73
Tabla 31	Tiempo del servicio	74
Tabla 32	Cumplimiento de plazos	75
Tabla 33	Proporción de información	76
Tabla 34	Optimización de la consulta	77

Tabla 35	Cumplimiento de requisitos acordes al precio	78
Tabla 36	Comparación de precios	79
Tabla 37	Requisitos comparados	80
Tabla 38	Calidad comparada	81
Tabla 39	Procesos comparados	82
Tabla 40	Características comparadas	83
Tabla 41	Cumplimiento de necesidades comparadas	84
Tabla 42	Expectativas comparadas	85
Tabla 43	Evaluación de la Calidad del Servicio	87
Tabla 44	Evaluación de la Satisfacción del cliente	88
Tabla 45	Correlación de Rho-Spearman Hipótesis General	90
Tabla 46	Matriz de correlación	91
Tabla 47	Correlación de Rho-Spearman Hipótesis Específica 1	92
Tabla 48	Correlación de Rho-Spearman Hipótesis Específica 2	94
Tabla 49	Correlación de Rho-Spearman Hipótesis Específica 3	96
Tabla 50	Correlación de Rho-Spearman Hipótesis Específica 4	97
Tabla 51	Correlación de Rho-Spearman Hipótesis Específica 5	99
Tabla 52	Resumen del modelo	116
Tabla 53	ANOVA	116
Tabla 54	Coeficientes	116
Tabla 55	Diagnóstico de colinealidad	117
Tabla 56	Estadísticos de residuos	117
Tabla 57	Estadísticos descriptivos	119

Lista de Figuras

Figura 1	Modelo nórdico Fuente: Gronroos	20
Figura 2	Fórmula de satisfacción	25
Figura 3	Modelo de satisfacción del servicio	25
Figura 4	Modelo SERVQUAL	30
Figura 5	Histograma del modelo	118
Figura 6	Gráfico P-P normal de regresión residuo estandarizado	118
Figura 7	Histograma	119

RESUMEN

El presente documento corresponde al trabajo de investigación para optar por el título de Ingeniero Comercial.

El objetivo planteado fue determinar la relación de la calidad del servicio con la satisfacción de los pensionistas de la Oficina de Normalización Previsional - Sede Tacna.

Para ello se aplicó una metodología de tipo básica o pura, de diseño transversal y no experimental, de nivel relacional, y dirigido a una muestra de 376 pensionistas, empleando como técnica la encuesta e instrumento el cuestionario.

El trabajo logró concluir que la calidad del servicio se relaciona de forma significativa con la satisfacción de los pensionistas de la Oficina de Normalización Previsional - Sede Tacna, lo cual a nivel estadístico se justifica en el valor de significancia calculado en el que se determina la relación de la Calidad del Servicio con la satisfacción de los pensionistas. Con este resultado es posible afirmar que en función del modelo Servqual aplicado, la fiabilidad, seguridad, elementos tangibles, capacidad de respuesta y empatía para con los pensionistas que muestra la ONP Sede Tacna, es determinante para lograr que este logre satisfacer sus expectativas respecto al servicio, el tiempo de atención, la absolución de consultas, precios y generación de opiniones comparadas.

ABSTRACT

This document corresponds to the research work to opt for the title of Commercial Engineer.

The objective was to determine the influence of the quality of service on the satisfaction of pensioners of the Office of Pension Standardization - Tacna Headquarters.

For this, a basic or pure methodology was applied, of a cross-sectional and non-experimental design, of a relational level, and aimed at a sample of 376 pensioners, using the survey as a technique and the questionnaire instrument.

The work concluded that the quality of the service is significantly related to the satisfaction of the pensioners of the Pension Standardization Office - Tacna Headquarters, which at the statistical level is justified in the value of significance calculated in which the relationship is determined of the Quality of the Service with the satisfaction of the pensioners. With this result, it is possible to affirm that depending on the Servqual model applied, the reliability, security, tangible elements, responsiveness and empathy for pensioners shown by the ONP Sede Tacna, is decisive to ensure that it meets their expectations regarding the service, attention time, answering of queries, prices and generation of comparative opinions.

INTRODUCCIÓN

El trabajo de tesis aborda la problemática correspondiente a la ONP Sede Tacna, entidad en la que se puede encontrar situaciones de usuarios que suelen cometer errores al momento de brindar información a los colaboradores de la sede, y que genera malestar no solo en el servidor, sino en el mismo usuario que alega en ocasiones poca claridad en la información brindada. Ello afecta indudablemente la satisfacción del pensionista y afecta también la percepción sobre la calidad del servicio.

Esta problemática se trata en la presente tesis, siendo la primera parte del desarrollo el Planteamiento del Problema, en la que se realiza la descripción del mismo y se formulan los problemas, objetivos y justificación de la tesis.

Seguidamente se presenta el Marco Teórico en el que se especifican las principales teorías respecto a la Calidad del Servicio y Satisfacción del pensionista, partiendo de los antecedentes del estudio, bases teóricas y definición de términos.

En la tercera parte se desarrolla la metodología de investigación, determinando para ello las hipótesis y aspectos de corte metodológicos que justifican la naturaleza del estudio.

En el cuarto capítulo se presentan los resultados de la aplicación de los cuestionarios, iniciando con el cálculo de los coeficientes estadísticos de confiabilidad y presentación de resultados descriptivos para cada variable, según

dimensión, indicador e ítems. Seguidamente a ello se presenta la comprobación de las hipótesis planteadas.

Finalmente se presenta las conclusiones, recomendaciones y anexos de la tesis.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción del problema

El objetivo de toda organización en cuanto a la oferta de sus productos y servicios es que estos logren cubrir al máximo las expectativas y necesidades de los clientes, dado que ello implica que, además de lograr dicho objetivo, se logrará generar posicionamiento, fidelidad, y a su vez la posibilidad que la experiencia positiva sea replicada, en futuros servicios como también en recomendaciones.

En otras palabras, las empresas tienen un direccionamiento especial en lograr la satisfacción de sus clientes, y ello es logrado en función de las características de los productos o servicios que ofertan.

Los públicos objetivos a los que se dirigen las organizaciones suelen variar en base a factores de tipo sociales, culturales, demográficos, entre otros, que delimitan la forma en la que oferta el servicio. En tal sentido, por citar un ejemplo, un cliente adulto mayor no puede ser tratado con un mismo estilo que un joven universitario.

Es por ello que los servicios deben de ser personalizados, y eso lo sabe bastante bien, en el Perú, organismos como la Oficina de Normalización Previsional, la cual se encarga de la administración de los fondos pensionarios, y que día a día brinda servicios a personas de la tercera edad, lo que corresponde todo un reto,

cuando se trata, sobretodo, de atender casos de usuarios con problemas de salud o de atención, lo que requiere que cada uno de los servidores deban presentar mayor precisión en el estilo en el que ofertan el servicio.

Dicha Oficina se encuentra localizada en diferentes ciudades, y es en la Sede Tacna en donde dicha realidad se replica, no siendo nada extraño encontrar situaciones de usuarios que suelen cometer errores al momento de brindar información a los colaboradores de la sede, y que genera malestar no solo en el servidor, sino en el mismo usuario que alega en ocasiones poca claridad en la información brindada.

Estas situaciones suelen acrecentarse cuando se trata con esta población de usuarios, por lo que se requiere mayor preparación en los colaboradores para hacer frente a su labor, y garantizar calidad en los servicios.

En tal sentido, a partir del contexto, se puede identificar que la calidad de los servicios pueden presentar tendencia de incidencia sobre la satisfacción de los clientes, los mismos que, considerando las características sociodemográficas, sobre todo respecto al factor edad, la misma que contempla adultos mayores, puede generar escenarios de un requerimiento de atención sumamente ágil y personalizada, tomando en cuenta que la exigencia de este tipo de público requiere un mejor enfoque de atención, y el mismo que puede verse afectado, en función de las percepciones que puedan lograr, a partir de demoras, poca claridad en el servicio, insuficiente preparación del personal para atender este tipo de públicos, y otros factores de infraestructura a nivel ergonómicos, los cuales, al no ser tratados de

forma cuidadosa, pueden ser la causa directa de la insatisfacción del servicio, y con ello, percepciones poco adecuadas en cuanto a la calidad del servicio ofertado.

La calidad en los servicios, que vienen acompañado del cumplimiento de protocolos y pasos adecuados, trae consigo el logro de la satisfacción de los usuarios.

Dado ello, la investigación tiene su enfoque en medir qué tanto la calidad de los servicios afecta la satisfacción de los pensionistas de la ONP sede Tacna, midiendo las características y atributos, y que permitan lograr un mejor panorama sobre los servicios, que conduzca a generar mejoras a mediano y corto plazo.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema Principal

¿Cómo se relaciona la calidad del servicio con la satisfacción de los pensionistas de la Oficina de Normalización Previsional - Sede Tacna?

1.2.2. Problemas Específicos

¿Cómo se relacionan los elementos tangibles con la satisfacción de los pensionistas de la Oficina de Normalización Previsional - Sede Tacna?

¿Cómo se relaciona la fiabilidad con la satisfacción de los pensionistas de la Oficina de Normalización Previsional - Sede Tacna?

¿Cómo se relaciona la capacidad de respuesta con la satisfacción de los pensionistas de la Oficina de Normalización Previsional - Sede Tacna?

¿Cómo se relaciona la seguridad con la satisfacción de los pensionistas de la Oficina de Normalización Previsional - Sede Tacna?

¿Cómo se relaciona la empatía con la satisfacción de los pensionistas de la Oficina de Normalización Previsional - Sede Tacna?

1.3. Justificación de la investigación

La investigación permite a la Oficina de Normalización Previsional, con su sede en Tacna, lograr contar con un documento informativo sobre el estado actual de sus servicios, y qué tanto está logrando satisfacer las expectativas de sus usuarios, para que, a partir de este, puedan tomarse las medidas necesarias que logren mejoras y cambios sobre los procedimientos, a fin de mejorar tales niveles de satisfacción, por lo que la investigación tiene una justificación de tipo práctica.

Para ello, se aplicarán teorías sobre calidad de los servicios y satisfacción del cliente, y se pondrán en práctica sobre el problema de estudio, lo que permitirá contrastar tales teorías con la realidad, y lograr al mismo tiempo una ampliación de estos postulados, lo que permite que la investigación logre una justificación teórica.

Las teorías además son fuente de la instrumentación, que permitirá la recolección de datos y con ello la aplicación del método científico, por lo que la tesis tiene también su justificación metodológica.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo General

Determinar la relación de la calidad del servicio con la satisfacción de los pensionistas de la Oficina de Normalización Previsional -b Sede Tacna.

1.4.2. Objetivos Específicos

Establecer la relación de los elementos tangibles con la satisfacción de los pensionistas de la Oficina de Normalización Previsional - Sede Tacna.

Establecer la relación de la fiabilidad con la satisfacción de los pensionistas de la Oficina de Normalización Previsional - Sede Tacna.

Establecer la relación de la capacidad de respuesta con la satisfacción de los pensionistas de la Oficina de Normalización Previsional - Sede Tacna.

Establecer la relación de la seguridad con la satisfacción de los pensionistas de la Oficina de Normalización Previsional - Sede Tacna.

Establecer la relación de la empatía con la satisfacción de los pensionistas de la Oficina de Normalización Previsional - Sede Tacna.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

2.1.1. A nivel Internacional

Chacom (2012), tuvo como objetivo general realizar una identificación del servicio al cliente que es ofertado en los restaurantes del municipio de San Pedro La Laguna, ubicado en el departamento de Sololá. Asimismo, su diseño de investigación fue descriptiva. La muestra estuvo comprendida por 138 clientes. Se aplicó el instrumento de medición Encuesta. Respecto a los resultados obtenidos, con respecto al tiempo que sirven la comida, los usuarios obtuvieron una calificación de 52 %, considerada como una rapidez del servicio “excelente”; y con referencia a la cortesía que reciben los usuarios por parte de los trabajadores que les atendieron, el 78% de los usuarios declararon “excelente”. Se determinó que la opinión de los clientes en relación a los servicios que adquirieron en los restaurantes son aceptables, pero con deficiencias en la higiene y limpieza de los servicios higiénicos, habiendo un déficit en los recursos empleados para tal servicio.

Hernández, Jiménez y Rivera (2012), en el desarrollo de su investigación tuvieron como objetivo general la realización de evaluar la calidad del servicio, provisto por Farmacias San Nicolás. En relación a la metodología, el estudio fue establecido en función de un compendio de preguntas claves que fueron de utilidad para el conocimiento e identificación de las percepciones de los clientes en relación a la calidad de servicio de las sucursales con ubicación en el centro del municipio de

San Salvador. Como instrumento se empleó la escala SERVQUAL de quince ítems, adicionalmente a una pregunta de tipo abierta. Como conclusión de la investigación se determinó que la percepción de los clientes respecto a la calidad del servicio que brinda farmacia San Nicolás, corresponde a un muy buen servicio, en función de los resultados promedios.

Ortiz y Rosas (2004), planean una investigación con el objetivo general la realización de un estudio que conduzca a la evaluación de la calidad de servicio ofertado por la distribuidora Volkswagen “Automóviles de Santa Ana S.A. de C.V.” en función con base en la percepción y en las expectativas del cliente identificado como cliente. La metodología utilizada fue exploratoria y descriptiva; y la conclusión a la que se llegó fue que los clientes de la empresa, por lo general presentan un alto grado de satisfacción.

2.1.2. A nivel Nacional

Ramírez (2016), desarrolló su tesis con la finalidad de lograr la determinación de la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario, aplicado al área de Farmacia del hospital Santa Gema de Yurimaguas, 2016. La investigación fue de tipo descriptivo correlacional, dirigido a evaluar una población de 120 usuarios que recibieron servicios ofertados por la farmacia del Hospital Santa Gema, durante el periodo de julio y agosto de 2016, tomando como ejemplar al 25% del universo de la población, y correspondiendo a una muestra de 30 usuarios. De igual forma, el muestreo fue probabilístico, puesto que todos obtuvieron similares oportunidades de ser designados. El modo de recolección de información utilizado

fue la encuesta con a través del instrumento cuestionario. El autor logró concluir en determinar una relación directa y positiva con un coeficiente calculado de 0.2705 respecto a la calidad de servicio y la satisfacción del usuario, lo que significa que a medida que se brinda un mejor servicio es también mayor es la satisfacción de los pacientes.

Arhuis & Campos (2015), desarrollaron una investigación con el objetivo general de determinar la existencia de influencia entre las variables calidad de servicio y satisfacción de los clientes de la empresa Automotriz San Cristobal. El tipo de estudio fue descriptivo-explicativo, los métodos de investigación utilizados corresponden al método científico, el método inductivo-deductivo y el método analítico-sintético. La instrumentación que se utilizó fue de la variable independiente el SERVPERF y para la variable dependiente el uso de la escala de satisfacción del cliente. Los autores concluyen que la calidad de servicio presenta influencia directa sobre la satisfacción de los clientes de la entidad evaluada, en la que se determina un 82.2 % de la variabilidad de la satisfacción.

Véliz & Villanueva (2013), desarrollaron una investigación con la finalidad de lograr un análisis de la calidad percibida de los usuarios externos e internos respecto a los servicios que reciben en los centros de referencia para infecciones de Transmisión Sexual (CERTIS) de La Disa II Lima Sur, en el periodo de agosto a octubre del 2011. El estudio fue de tipo exploratorio de corte transversal. Se concluyó que la calidad percibida tiene mínimas brechas negativas, y que son resultado de una buena percepción respecto a los servicios recibidos, lo que deduce

que el servicio brindado en los CERITS no es causal de la existencia de bajas coberturas en el servicio.

2.1.3.A nivel Local

Espinoza (2017), realizó un estudio con el objetivo de constituir la relación entre la calidad de servicio y satisfacción de los clientes de la Planta de Revisiones Técnicas Servicios Operativos del Sur. El tipo de investigación correspondió al tipo aplicado y cuantitativo. El nivel de investigación fue descriptivo correlacional, porque buscó la relación que existe entre las dos variables. El método de investigación fue analítico, porque permitía analizar la realidad de manera completa; además de la observación científica, que permite recoger una percepción sobre el comportamiento de las variables. El diseño de la investigación fue no experimental dado que las variables no fueron modificadas y fueron transversales, ya que la recopilación de información fue desarrollada en un momento en el tiempo. El instrumento empleado para medir la calidad de servicio SERVQUAL, desarrollado por Zeithaml, Parasuraman y Berry, cuyo objetivo era mejorar la calidad del servicio ofrecido por una organización. Sobre la base del coeficiente de Pearson, se encontró que existe una correlación de 0.707, lo que involucra la coexistencia de una analogía directa respecto a la característica entre la calidad variable del servicio y la satisfacción del cliente con presencia de un nivel de significancia de 0.01.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Calidad del Servicio

Se inicia el análisis conceptualizando el servicio:

Grande (2005), sostiene que un servicio es un beneficio, un esfuerzo o la realización de una acción. Con frecuencia, la conceptualización de bien o producto se confunden, dejando el concepto de servicio como algo impropio a estos.

Pizzo (2014), indica que la calidad del servicio es el hábito que se desarrolla, ejercido por una empresa para descifrar cuáles son las necesidades y las expectativas de sus clientelas, y con ello brindarles, un servicio que resulta ser más accesible, conveniente, ágil, maleable, estimable, ventajoso, pertinente, positivo y confidencial; incluso en situaciones imprevistas o errores, para que el cliente sienta comprensión, atendido y atendido personalmente, con dedicación, eficiencia y sorpresa con mayor valor de lo esperado, lo que proporciona el logro de más ingresos y menos costos para la empresa.

Parasuraman, Berry & Zeithaml (1988), puntualizan la calidad del servicio como un diferencial entre las percepciones reales de los clientes del servicio y las expectativas previas que fueron formadas al respecto. De esta forma, un cliente evaluará de forma negativa o positiva la calidad de un servicio en donde las percepciones obtenidas son bajas o altas, en relación a las expectativas previas.

Si la calidad del servicio es una función de la diferencia entre las percepciones y las expectativas, la gestión de algunas será tan importante como otras. Para una mejor comprensión, los autores de este modelo analizaron cuáles fueron los principales factores condicionantes en la formación de expectativas. Después de su análisis, llegaron a la conclusión de que estas condiciones eran la comunicación boca a oído entre los diferentes usuarios del servicio, las necesidades propias que cada cliente desea satisfacer con el servicio que recibirá, las experiencias pasadas que pueda tener del cliente. Servicios iguales o similares, y la comunicación externa realizada por la empresa proveedora del servicio, generalmente a través de acciones publicitarias o promocionales.

Para Duque (2015), la calidad del servicio significa establecer y gestionar la relación de satisfacción mutua respecto a la expectativa entre el cliente y la organización. Para esto, utiliza la interacción y la retroalimentación entre las personas en todas las etapas del proceso de servicio.

Por ende, debido al entorno sutil de los servicios, el cliente los evalúa a través de lo que perciben y cómo lo perciben. La composición de ambas circunstancias forma en tu mente una imagen que tendrá un efecto en juicios posteriores.

En consecuencia, ofrecer un servicio accesible, adecuado y fiable.

2.2.1.1.Importancia de la calidad del servicio:

Vértice (2008), resalta la importancia de los símbolos e información en la calidad del servicio definido como: la percepción de calidad tiende a influir en los que rodean el producto. Los diferentes signos, verbales o no, que acompañan el servicio, tienen un papel fundamental en este sentido: mirar al cliente al rostro, ceder, brindar una expresión de sonrisa el placer que se obtiene al verlo, llamarlo por su nombre, son otras de las ventajas de ofrecer un servicio de calidad que tiene por objeto la conquista del cliente.

La información puede cambiar considerablemente la percepción respecto a la calidad. En el caso que los clientes, por ejemplo, tengan que hacer cola, lo que se sugiere es explicar los motivos de espera, haciendo que esta sea más corta y por ende las críticas lograrán ser menos intensas.

2.2.1.2. Características de los servicios

Varios autores mencionan distintas características de los servicios, entre las cuales se destacan:

- a) **Intangibilidad:** Según Philip Kotler (2002), esta característica se refiere al hecho de que los servicios no se pueden ver, probar, tocar, oír u oler antes de ser comprados, por lo tanto, no se pueden almacenar ni colocar en el escaparate para que el comprador los compre y se los lleve.

Por lo tanto, tal característica de los servicios es lo que trae consigo la mayor incertidumbre en los compradores; dado que no pueden establecer de antemano y con exactitud el nivel de satisfacción que obtendrán después de alquilar o contratar un determinado servicio.

- b) **Inseparabilidad:** Tal aspecto fue publicado por los autores Lamb, Hair y McDaniel (2002), quienes mencionan que los bienes que se producen pasan a ser vendidos y después consumidos. En cambio, los servicios a menudo se producen, venden y consumen al mismo tiempo, es decir, su producción y consumo son actividades inseparables.
- c) **Heterogeneidad:** Según Stanton, Etzel, y Walker (2004), la heterogeneidad o variabilidad, se traducen en servicios que tienden a ser menos estandarizados o uniformados respecto a los bienes.
- d) **Carácter Perecedero:** Según Lamb, Hair, y McDaniel (2002), esto significa que los servicios no pueden ser almacenados.

2.2.1.3. Medición de la calidad en el servicio

2.2.1.3.1. Modelo de medición de la calidad del servicio al cliente: Escuela americana

Botello, Salinas, y Alcantara (2014), citan que en la escuela americana se tiene un modelo elaborado por Parasuraman, Zeithaml y Berry se ha designado SERVQUAL.

Después de algunas investigaciones y evaluaciones, referentes al concepto de calidad de servicio percibida, se desarrolló un instrumento que cuantificaría la calidad de servicio y lo llamó SERVQUAL.

Dicha elaboración les permitió abordar el estudio y evaluación por separado las expectativas y percepciones de los clientes, en función de las opiniones realizadas por los consumidores en la investigación.

Las opiniones apuntan a 10 dimensiones cuya percepción depende del tipo de servicio y / o cliente.

Tales dimensiones son:

- Elementos tangibles. – Cuyos elementos son Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales.
- Fiabilidad. – Siendo los elementos las Habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa.
- Capacidad de respuesta. – Siendo sus elementos la Disposición para ayudar a los clientes y para proveerlos de un servicio rápido.
- Profesionalidad. – La cual considera la Posesión de las destrezas requeridas y conocimiento del proceso de prestación del servicio.

- Cortesía. – En la que se considera la Atención, respeto y amabilidad del personal de contacto.
- Credibilidad. – Siendo sus elementos la veracidad, creencia y honestidad en el servicio que se provee.
- Seguridad. – En la que se toma como elementos la Inexistencia de peligros, riesgos o dudas.
- Accesibilidad. – Cuyos parámetros son Lo accesible y fácil de contactar.
- Comunicación. – Lo que significa que se debe mantener a los clientes informados, utilizando un lenguaje que puedan entender, así como escucharlos.
- Comprensión del cliente. – Es decir, hacer el esfuerzo de conocer a los clientes y sus necesidades.

Después de las observaciones recibidas, declararon que tales dimensiones no son independientes entre sí realizando por ello análisis estadísticos, en los que se encuentra correlación respecto a las dimensiones iniciales, lo que condujo a una reducción en 5 elementos:

- Confianza o empatía. – Es decir, si el cliente percibe que se muestra de interés y nivel de atención individualizada que ofrecen las empresas a sus clientes (agrupa los anteriores criterios de accesibilidad, comunicación y comprensión del usuario).
- Fiabilidad. - Habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa.
- Responsabilidad. – Es decir, la seguridad, conocimiento y atención de los empleados y su habilidad para lograr inspirar credibilidad y confianza (agrupa

las anteriores dimensiones de profesionalidad, cortesía, credibilidad y seguridad).

- Capacidad de respuesta. – Refiere a la disposición para ayudar a los clientes y para prestarles un servicio rápido.
- Tangibilidad. – Hace mención a la apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación.

Mediante procedimientos estadísticos, las variables se agrupan y admiten difundir, de mejor manera, el modelo, logrando una mayor representatividad.

Para evaluar la calidad percibida, elevan estas dimensiones generales y definen que esta percepción es una consecuencia de la divergencia entre lo esperado y lo percibido por el consumidor.

2.2.1.3.2. Modelo de Dimensiones de la calidad en el servicio

Según el modelo SERVQUAL hay 05 dimensiones de calidad y son las siguientes:

Tabla 1*Modelo SERVQUAL*

Dimensión	Significado
Elementos tangibles	Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, empleados y materiales de comunicación
Fiabilidad	Habilidad de prestar el servicio prometido de forma precisa
Capacidad de respuesta	Deseo de ayudar a los clientes y de servirles de forma rápida
Seguridad	Conocimiento del servicio prestado y cortesía de los empleados, así como su habilidad para transmitir confianza al cliente
Empatía	Atención individualizada al cliente

Nota. Zeithaml, Parasuraman y Berry (1988)

Cortes y Otros (2010), precisa sobre el modelo SERVQUAL lo siguiente:

- El modelo de deficiencias permite explicar las causas de las deficiencias en cuanto al servicio, dado que para estos autores las percepciones de la calidad de los clientes están influenciadas por una serie de deficiencias o brechas.
- La escala de medición SERVQUAL pretende ser un modelo para medir la calidad del servicio, considerándolo como la diferencia entre las expectativas y las percepciones de los clientes.

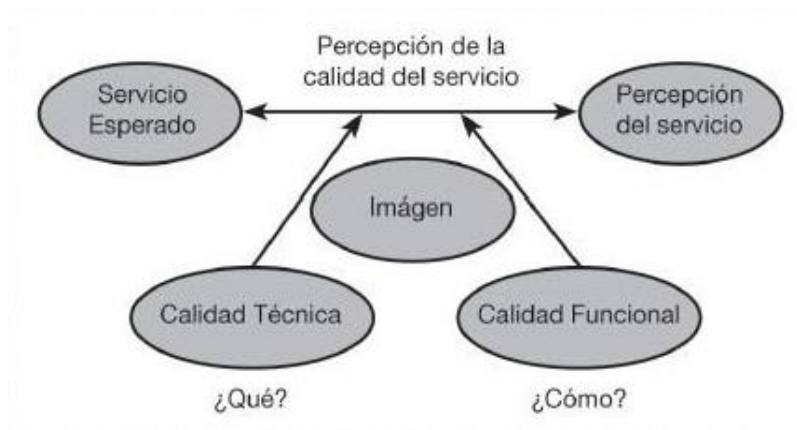
2.2.1.3.3. La Escuela Nórdica

También distinguido como modelo de la imagen, fue enunciado por Grönroos (1994), y está relacionado con la calidad con la imagen corporativa. Como se muestra en la Figura 1, indica que la calidad percibida por los clientes es la integración de la calidad técnica (lo que se da) y la calidad funcional (cómo se da), y estos están relacionados con la imagen corporativa. La imagen es un elemento básico para medir la calidad percibida.

De esta forma se puede deducir que el cliente está influenciado por el resultado obtenido tras el servicio, pero también por la forma en que lo recibe y la imagen corporativa. Todo esto se analiza de forma transversal las diferencias entre servicio esperado y percepción de servicio.

Figura 1

Modelo nórdico de Gronroos



Nota. Grönroos (1994)

Por ende, el cliente está influenciado por el resultante del servicio, y a su vez por la manera en la que lo recibe, además de la imagen corporativa. Todo esto estudia de forma transversal las diferencias respecto al servicio esperado y la percepción sobre el servicio.

Las expectativas o la calidad esperada, de acuerdo a Grönroos, son una combinación de factores tales como la comunicación de mercadeo, las recomendaciones (comunicación boca a oreja), la imagen corporativa / local y las necesidades del cliente.

Según Grönroos (1994), la experiencia de calidad está influenciada por la imagen corporativa / local y, a su vez, por otros dos componentes diferentes: calidad técnica y calidad funcional. A ello Grönroos denomina como la dimensión calidad técnica a lo que recibe el consumidor, y calidad funcional a la manera en que se trata al consumidor en el desarrollo del proceso de producción del servicio.

Es una percepción respecto a la calidad técnica y funcional según los servicios prestados por una entidad y, por lo tanto, tiene un efecto en la percepción general del servicio.

2.2.1.3.4. Teoría de la calidad en el servicio

Quiñones y Aldana (2011), consideran un enfoque sobre la administración de la calidad, que consiste en planificar, controlar y mejorar la calidad, un enfoque más denominado como la trilogía de la calidad. Ha tenido un fuerte impacto en el mundo

por sus publicaciones y por su instituto de asesoría; También por su participación en la American Society for Quality Control.

Sus puntos se corresponden con la planificación de la calidad independientemente de la organización del producto o proceso. La calidad se puede generar en una serie de pasos llamados "mapa de planificación de la calidad"; Funciona los siguientes aspectos:

1. Identificación de los clientes.
2. Determinar las necesidades de esos clientes.
3. Traducir las necesidades a nuestro lenguaje.
4. Desarrollar bienes con atributos que manifiesten en forma inmejorable a la demanda de los clientes.

2.2.1.3.5. Teoría de la calidad total

Quiñones y Aldana (2011), consideran la siguiente teoría respecto a la calidad total:

Ishikawa (2003) fue el pionero en cuanto al estudio de la calidad total en Japón y logró gran influencia a nivel mundial, ya que mencionó las diferencias culturales en las naciones para alcanzar calidad.

Sus principios fundamentales se relacionan a continuación:

1. En cualquier industria, control de calidad, es hacer lo que tiene que hacer.

2. El control de calidad que no puede manifestar evidencias no es control de calidad.
3. El control de calidad inicia y concluye con la capacitación.
4. El control de calidad revela lo sobresaliente de cada trabajador.

2.2.2. Satisfacción del Cliente

Kotler y Armstrong (2012), define la satisfacción del cliente como el nivel en que el rendimiento percibido de un producto tiende a coincidir con las expectativas que mantiene el consumidor.

La satisfacción del cliente tiene dependencia del rendimiento percibido del producto, en relación con las expectativas del comprador. Si el rendimiento coincide con las expectativas, será satisfecho. Si el rendimiento supera las expectativas, se sentirá muy satisfecho o incluso encantado.

Según Richard Oliver (2002), puntualiza la satisfacción del cliente como La respuesta de saciedad del cliente. Es un juicio que una característica del producto o servicio, o que un producto o servicio en sí mismo, proporciona un nivel agradable de recompensa que está relacionado con el consumo.

Por otro lado, Gil Saura et al (2006), hace referencia a que la satisfacción del cliente es la "Satisfacción como una evaluación global realizada en la experiencia de consumo a lo largo del tiempo o en un grupo de experiencias del mismo tipo".

Kotler (2003), define la satisfacción del cliente como el grado de ánimo de un individuo que deriva de contrastar el beneficio distinguido de un bien o servicio con sus expectativas. Si los resultantes superan las expectativas, el cliente está satisfecho. Si estos superan las expectativas, el cliente está muy satisfecho o encantado con el servicio o bien.

Pérez (2006), sostiene que la satisfacción del cliente corresponde a una de los pilares para garantizar que la buena calidad en el servicio sea cumplir o superar las expectativas que presentan los usuarios en relación a la empresa, estableciendo cuál es la carencia que el consumidor espera y cuál es el grado de satisfacción que demanda obtener.

La satisfacción del cliente hace alusión a la evaluación del consumidor de una transacción específica y respecto a la experiencia del consumidor.

Esto es necesario en la actitud general hacia el servicio recibido. Sobre la base de las experiencias de satisfacción con varias reuniones de servicio, se desarrolla y modifica una actitud global a largo plazo sobre la calidad del servicio recibido.

La satisfacción del cliente será el resultado de comparar sus expectativas con la percepción del producto o servicio recibido. (Ver figura 2):

Figura 2

Fórmula de satisfacción

$$\text{Satisfacción} = \frac{\text{Percepción del cliente}}{\text{Necesidades y expectativas}}$$

Nota. Pérez (2006)

Mientras más positiva es la percepción del cliente del servicio recibido, y en función en que corresponda a sus expectativas, se logrará que sea mayor la satisfacción del cliente.

La mejora continua será la forma más efectiva de alcanzar las expectativas del cliente. Por lo tanto, es esencial que todos los trabajadores estén involucrados en el logro de la calidad del servicio. (Ver figura 3)

Figura 3.

Modelo de satisfacción del servicio

Nota. Pérez (2006)

Por ende, es posible concluir que la satisfacción del cliente corresponde a la evaluación que se realiza respecto a un bien o servicio en base términos si ha cumplido con las necesidades y expectativas del cliente.

2.2.2.1. Modelo de dimensiones de la Satisfacción del Cliente

Existe un creciente interés en la satisfacción del cliente como un aspecto esencial en la evaluación de la calidad. Kotler y Armstrong (2003) indican que las altas tasas de satisfacción del cliente pueden ser el dominante elemento de los favores prometidos de una empresa.

Churchill y Surprenant (1982), sustentan que:

“La calidad percibida, en lugar de las expectativas, afecta directamente la satisfacción de los bienes duraderos; Mientras que, para bienes no duraderos, es una función tanto de las expectativas como de la evaluación del desempeño y el desacuerdo”.

a) Servicio

Para Kotler (2003), servicio es cualquier acto o función que una parte puede ofertar a otra que es esencialmente intangible y no da como resultado ninguna propiedad. Su producción puede o no estar emparentada a un bien físico.

b) Tiempo

Es un valor interno muy importante para el cliente saber esta información al tomar una decisión de adquisición.

c) Absolución de consultas

Es un dato que debe optimizarse consecutivamente y proporciona mucha información sobre el comportamiento de los clientes.

d) Precio

Análisis comparativo de los costos de varias compañías que cumplen con los mismos requisitos para un servicio en cuestión.

e) Opinión comparativa con otros competidores

Debemos elaborar un análisis comparativo de otras compañías que cumplan con los mismos requisitos para un servicio en cuestión.

Todo esto nos ayuda a lograr observación de los procesos de prestación de servicios identificables, según lo que espera el cliente y la calidad de dichos servicios, en esos procesos es posible además identificar las características que se refieren a las necesidades y también las expectativas de los clientes.

2.2.2.2. Ventajas de lograr la Satisfacción del Cliente

Según Kotler y Armstrong (2012), las ventajas de lograr la Satisfacción del Cliente se pueden resumir en tres puntos principales que brindan una idea clara sobre la importancia de lograr la satisfacción del cliente:

- a) **Primer Ventaja:** El cliente satisfecho suele comprar de nuevo. Por lo tanto, la compañía se beneficia de su lealtad y, por lo tanto, la posibilidad de vender el mismo u otros productos adicionales en el futuro.

- b) **Segunda Ventaja:** El cliente satisfecho informa a otros de sus experiencias favorables con un bien o servicio. Por lo tanto, la organización obtiene como un favor una difusión gratuita que el consumidor satisfecho hace a su familia, amigos y conocidos.

- c) **Tercer Ventaja:** El cliente satisfecho deja a un lado la competencia. Por lo tanto, la empresa obtiene como ganancia un determinado lugar (participación) en el mercado.

Asimismo, Kotler (1996), especifica 03 elementos de la noción de Satisfacción del Cliente:

a) El rendimiento percibido:

Se refiere al desempeño (en términos de entrega de valor) que el comprador considera haber logrado después de adquirir un bien o servicio. En otras palabras, es el "resultado" que el consumidor "percibe" que obtuvo en el bien o servicio que obtuvo.

Dada su complejidad, el "rendimiento percibido" se puede determinar después de una investigación exhaustiva que comienza y termina con el "cliente".

b) Las Expectativas:

Las expectativas son las "esperanzas" de que los clientes tengan que obtener algo.

c) Los Niveles de Satisfacción:

Después de la adquisición de un bien o servicio, los consumidores aprecian uno de estos 03 niveles de satisfacción:

- Insatisfacción
- Satisfacción
- Complacencia: el bien o servicio supera las expectativas del cliente.

El cliente satisfecho seguirá siendo leal; pero, solo hasta que encuentre otro proveedor que tenga una mejor oferta (lealtad condicional). En cambio, el cliente satisfecho será leal a una marca o proveedor porque siente una afinidad emocional que supera con creces una simple preferencia racional (lealtad incondicional).

Por esa razón, las empresas inteligentes buscan complacer a sus clientes prometiéndoles solo lo que pueden ofrecer, y luego entregar más de lo que prometieron.

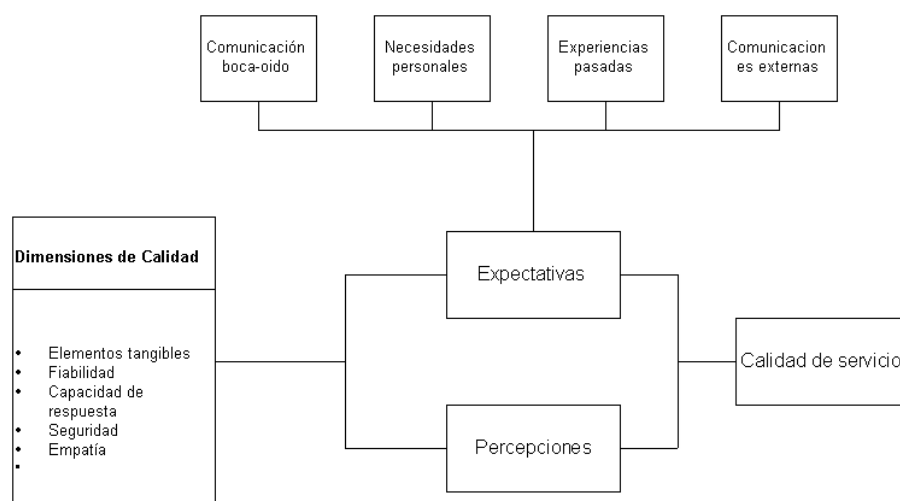
2.2.2.3. Modelos de medición de la Satisfacción del Cliente

a) Modelo SERVQUAL

Elaborado por Parasuraman, Berry y Zeithaml (1988), la calidad del servicio se define como una función respecto a la discrepancia entre las expectativas de los consumidores según el servicio que recibirán y las percepciones del servicio que realmente reciben de la empresa. Este modelo se conoce como el modelo SERVQUAL, cuyo acrónimo en inglés se traduce como "Modelo de calidad de servicio".

Figura 4

Modelamiento Servqual



Nota. Parasuraman, Berry y Zeithaml (1988)

b) Modelo SERVPERF

El modelo tiene su nacimiento como resultante de las investigaciones realizadas por Cronin y Taylor (1994), aplicado a ocho empresas de servicios.

Los autores del método SERVPERF se basaron en el modelo SERVQUAL.

Basados en una serie de cuestionarios, contrastaron la medición de la calidad realizada por la discrepancia entre las expectativas y las percepciones de los consumidores y la realizada únicamente con las percepciones o actitudes de los mismos. Se utilizaron los 22 elementos propuestos por SERVQUAL, sugiriendo, por un lado, aplicar SERVQUAL y, por otro, medir la calidad solo con la prueba de percepciones que este modelo propone.

Por estas razones, se crea un nuevo instrumento llamado SERVPERF basado únicamente en las percepciones.

c) Modelo de los Tres Componentes

Rust y Oliver (1994), presentaron una conceptualización no probada, pero que basa el punto planteado por Grönroos. Su justificación se basa en la evidencia encontrada por autores como McDougall y Levesque en 1994 en el sector bancario y por McAlexander y otros en el mismo año en el sector de la salud.

El modelo se compone de tres elementos: el servicio y sus características (producto de servicio), la entrega del servicio o el proceso de entrega y el entorno que rodea al servicio (entorno). Su enfoque inicial fue para productos físicos.

Las expectativas de los clientes se pueden vincular a los puntos de referencia como parámetros de comparación, independientemente de si la industria decide o no cumple con la norma. El punto clave es la determinación de las características o especificaciones relevantes a ser ofrecidas. (Rust & Oliver, 1994). Autores como Bitner y Hubert (1994), han recurrido a la técnica de los incidentes críticos. Paralelamente, a partir de la teoría de la gestión, específicamente de la gestión total de la calidad, se estableció una metodología para evaluar estas características, denominada la casa de la calidad. El Despliegue de Funciones de Calidad (QDF) se utiliza para establecer las características del servicio.

El entorno de servicio se subdivide en dos perspectivas: interna (del proveedor de servicios) y externa. El entorno interno se centra en la cultura organizacional y la filosofía de eliminación, mientras que el externo está orientado principalmente al entorno físico de la prestación del servicio. (Rust & Oliver, 1994)

2.2.2.4. Teorías de la Satisfacción del Cliente

a) Teoría de los dos factores de Herzberg a la satisfacción del cliente:

Dado que lo ideal para una empresa que apunta a la calidad sería satisfacer los objetivos de sus clientes en todas sus transacciones, es lógico pensar que un mejor conocimiento del proceso de formación de la satisfacción del cliente permitiría

el desarrollo de estándares y procedimientos más adecuados. para lograr ese objetivo. Con la intención de contribuir a explicar este proceso, este trabajo menciona la teoría de los dos factores de Herzberg a satisfacción del cliente, lo que postula que algunas dimensiones de los productos y / o servicios determinan la satisfacción del cliente y otra insatisfacción. es muy diferente.

Lavado y Millám (1998), definen la siguiente teoría de los dos factores de Herzberg para la satisfacción del cliente. Los factores de crecimiento generarán satisfacción cuando su nivel es suficiente, pero no generan insatisfacción cuando su nivel es insuficiente. En este sentido, la satisfacción y la insatisfacción no serían polos del mismo continuo, como lo sostiene la teoría tradicional (según la cual cualquier factor puede producir satisfacción o insatisfacción según el nivel que alcance y la importancia que tenga para cada persona), pero habría un doble continuo, en el que lo opuesto a la insatisfacción no sería satisfacción, pero la ausencia de insatisfacción y lo opuesto a la satisfacción no sería insatisfacción, sino la ausencia de satisfacción.

b) La teoría modelo de Kano

Villaseca (2014), en su libro La innovación y el marketing de servicios en la era digital, argumenta que el modelo Kano profundiza en las características de la satisfacción del cliente, impulsada en los años 80.

Tenga en cuenta que existen tres tipos diferentes de requisitos que pueden generar un nivel diferente de satisfacción de un cliente. En primer lugar, hay atributos necesarios que el consumidor considera indispensables. Por este motivo,

valora negativamente que no los reciba, pero cuando los recibe son simples factores higiénicos que no tienen la capacidad de deleitarlo. Hay otros atributos lineales, que son exigidos por el cliente y que, a medida que recibe más, estará más satisfecho. Linealmente, por último, hay atributos que se llaman atractivos: dado que no lo esperan, cuando no están presentes no generan insatisfacción, pero cuando se entregan, logran una satisfacción más proporcional.

2.3. Definición de conceptos básicos

Los conceptos básicos que se usaron en la presente investigación fueron:

Calidad: es una lucha por mantener la mejora continua de la organización a través de la cooperación de todas las partes interesadas: proveedores, clientes, responsables del diseño de los productos o servicios. (Deming, 1989)

Calidad en la atención al cliente: Constituye un instrumento estratégico que asiente brindar un valor agregado a los usuarios con respecto a la oferta que efectúen los competidores y conseguir el discernimiento de divergencias en la oferta integral de la compañía. (Prieto, 2008)

Cliente: Es la persona que utiliza los servicios de un profesional o de una empresa. Persona que habitualmente compra en un establecimiento o requiere sus servicios. (Delgado, 2016)

Percepción del cliente: Es el resultado de integrar la información que se recibe del exterior con la información almacenada en la mente de experiencias y recuerdos anteriores. (Fortuny, 2017)

Satisfacción del cliente: El estado de ánimo de los clientes surge como un producto de relacionar las necesidades y expectativas con el valor y los rendimientos percibidos. (Rico, 1998)

Servicio: es una actividad o conjunto de actividades de características intangibles que usualmente, pero no siempre, se ejecutan en función a interacciones entre el cliente y el empleado (servidor) y/o recursos físicos (bienes) y/o sistemas del proveedor, ofertados como solución a los problemas del consumidor. (Grönroos, 1994)

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1. Hipótesis

3.1.1. Hipótesis general

La calidad del servicio se relaciona de forma significativa con la satisfacción de los pensionistas de la Oficina de Normalización Previsional - Sede Tacna.

3.1.2. Hipótesis específicas

Los elementos tangibles se relacionan de forma significativa con la satisfacción de los pensionistas de la Oficina de Normalización Previsional - Sede Tacna.

La fiabilidad se relaciona de forma significativa con la satisfacción de los pensionistas de la Oficina de Normalización Previsional - Sede Tacna.

La capacidad de respuesta se relaciona de forma significativa con la satisfacción de los pensionistas de la Oficina de Normalización Previsional - Sede Tacna.

La seguridad se relaciona de forma significativa con la satisfacción de los pensionistas de la Oficina de Normalización Previsional - Sede Tacna.

La empatía se relaciona de forma significativa con la satisfacción de los pensionistas de la Oficina de Normalización Previsional - Sede Tacna.

3.2. Variable e indicadores

La presente operacionalización se sustenta en el modelo SERVQUAL de Parasuraman, Zeithaml y Berry para evaluar la calidad de servicios y el modelo de Churchill y Surprenant (1982) de dimensiones de la satisfacción.

Variable	Definición	Dimensión	Indicador	Escala
Variable independiente: Calidad de los servicios	"Es la diferencia entre las percepciones reales por parte de los clientes del servicio y las expectativas que previamente se habían formado al respecto" (Parasuraman, Berry, & Zeithaml, 1988)	Elementos tangibles	Apariencia de las instalaciones físicas	Ordinal. Uso de Escala de Likert para medir el nivel de cumplimiento: 1: Muy bajo, 2: Bajo, 3: Regular, 4: Alto, 5: Muy alto
			Equipos	
			Apariencia de empleados	
			Materiales de comunicación	
		Fiabilidad	Habilidad de prestación del servicio	
		Capacidad de respuesta	Deseo de ayuda	
			Servicio rápido	
		Seguridad	Conocimiento del servicio	
			Cortesía	
		Empatía	Confianza al cliente	
Variable dependiente: Satisfacción del cliente	"Es el estado de ánimo de los clientes surge como un producto de relacionar las necesidades y expectativas con el valor y los rendimientos percibidos". (Rico, 1998)	Servicio	Expectativas	Ordinal. Uso de Escala de Likert para medir el nivel de cumplimiento: 1: Muy bajo, 2: Bajo, 3: Regular, 4: Alto, 5: Muy alto
			Desempeño del servicio	
		Tiempo	Tiempo del servicio	
			Cumplimiento de plazos	
		Absolución de consultas	Proporción de información	
			Optimización de la consulta	
		Precio	Cumplimiento de requisitos acordes al precio	
			Comparación de precios	
		Opinión comparativa	Requisitos comparados	
			Calidad comparada	
			Procesos comparados	
			Características comparadas	
			Cumplimiento de necesidades comparadas	
	Expectativas comparadas			

3.3. Tipo de investigación

El tipo de investigación se realizó bajo una permanencia en las bases teóricas descritas, y a partir de estos autores, en consideración de sus postulados, se realizó la investigación, permaneciendo sobre ellos, por lo que la investigación es de tipo pura o básica.

3.4. Diseño de investigación

La investigación se desarrolló respetando la unidad de estudio, en este caso, a los adultos mayores, procurando no inferir sobre su comportamiento, de tal modo que las respuestas no se vieron condicionadas ni forzadas a favor del investigador, lo que permitió lograr un diseño de tipo no experimental.

El levantamiento de datos fue posible en un único momento en el tiempo, por lo que la investigación tuvo un diseño transversal.

3.5. Nivel de investigación

Se determinó que la calidad de los servicios se relaciona con la satisfacción, lo que se dedujo en un nivel de investigación correlacional, en el que la calidad presenta una relación de interdependencia con la satisfacción de los usuarios.

3.6. Ámbito de la investigación

La investigación se desarrolló durante los horarios de atención al usuario que brinda la Oficina de Normalización Previsional - Sede Tacna, y fue dirigida a los pensionistas.

3.7. Población y muestra

3.7.1. Población

La población estuvo comprendida por un total de 17,204 pensionistas que fueron atendidos en la Oficina de Normalización Previsional - Sede Tacna. (ONP-Tacna, 2019)

3.7.2. Muestra

La muestra de estudio fue calculada a partir de dicha población, por medio de la aplicación de la fórmula de muestreo para poblaciones finitas, siendo los valores a utilizar:

Tamaño de Muestra (n)	Valor a calcular
Tamaño de la Población (N)	17,204 pensionistas

Coefficiente de Confianza (Z)	1.96
Probabilidad de Éxito (p)	0.50
Probabilidad de Fracaso (q)	0.50
Nivel de Error (e)	0.05

Reemplazando los valores sobre la fórmula:

$$n = \frac{Nz^2(P)pq}{\varepsilon^2(N - 1) + z^2(P)pq}$$

$$n = 375.79$$

Dado ello, la muestra fue de 376 pensionistas.

3.8. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica que se empleó fue la encuesta, y el instrumento que correspondió fue el cuestionario, aplicable para cada variable de estudio.

3.9. Procesamiento y análisis de datos

Se precisó del uso del programa SPSS Windows Versión XXV, el cual es un programa licenciado por IBM, que permitió tabular los datos de los cuestionarios aplicados, y a partir de dicha tabulación obtener las figuras y tablas de información.

La tabulación también fue de utilidad para ejecutar las pruebas estadísticas, en este caso, la prueba de correlación de Rho-Spearman, según el ajuste de los datos correspondiendo la prueba no paramétrica, con la finalidad que permitan explicar la relación de interdependencia entre las variables de estudio.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1. Validación y confiabilidad del instrumento

4.1.1. Aplicación del coeficiente de confiabilidad

El coeficiente que permite determinar el nivel de confiabilidad sobre el instrumento aplicado corresponde al Alfa de Cronbach, el mismo que en uso del programa SPSS Windows es calculado. El resultado de la aplicación del coeficiente es:

Tabla 2

Coefficiente de Alfa de Cronbach para la variable Calidad del servicio y dimensiones

Aspecto	Alfa de Cronbach	N de elementos
Variable: Calidad de servicio	0.85	22
Dimensión: Elementos tangibles	0.83	5
Dimensión: Fiabilidad	0.87	4
Dimensión: Capacidad de respuesta	0.79	4
Dimensión: Seguridad	0.81	4
Dimensión: Empatía	0.86	5

Nota. Elaborado con SPSS Windows XXIV

Dado el valor del Alfa de Cronbach para la Calidad del servicio, calculado de 0.85 sobre el instrumento aplicado se determina un alto grado de confiabilidad.

Tabla 3

Coefficiente de Alfa de Cronbach para la variable Satisfacción del cliente y dimensiones

Aspecto	Alfa de Cronbach	N de elementos
Variable: Satisfacción del cliente	0.77	14
Dimensión: Servicio	0.76	2
Dimensión: Tiempo	0.78	2
Dimensión: Absolución de consultas	0.77	2
Dimensión: Precio	0.75	2
Dimensión: Opinión comparativa	0.88	6

Nota. Elaborado con SPSS Windows XXIV

Por otro lado, el instrumento Satisfacción del Cliente, también se determina un alto grado de confiabilidad dado el coeficiente de 0.77 calculado.

4.1.2. Relación variable, indicadores e ítems

Las preguntas que se formularon para medir las variables son las siguientes según dimensiones e indicadores.

Para la variable independiente (22 ítems basadas en el Servqual):

Tabla 4

Preguntas empleadas para la Variable Calidad del servicio

Dimensión	Indicador	Ítem
Fiabilidad	Cumplimiento del servicio	La ONP cumple con el servicio según a lo solicitado
	Resolución de problemas	En caso de presentarse algún inconveniente, la ONP se encarga de resolver dicho problema
	Servicio adecuado	El servicio que brinda la ONP es un servicio de calidad
	Tiempo de servicio	El tiempo de atención es prudente

	Margen de errores	La ONP no muestra tener errores durante el servicio ofrecido
Seguridad	Confianza al cliente	Los trabajadores de la ONP inspiran confianza
	Seguridad en el servicio	Me siento seguro siendo atendido en la ONP
	Cortesía	Los trabajadores muestran amabilidad durante el servicio
Elementos Tangibles	Conocimiento del servicio	Los trabajadores tienen conocimiento sobre los servicios que brindan
	Equipos	La ONP cuenta con el equipamiento y tecnologías necesarias para garantizar un buen servicio.
	Apariencia de instalaciones físicas	Las instalaciones de la ONP son las adecuadas para ofrecer un servicio seguro.
	Apariencia de empleados	El personal cuida de una presentación pulcra y ordenada.
Capacidad de respuesta	Material de apoyo	Se emplean diferentes elementos y materiales para brindar mayor información sobre el servicio que brinda la ONP
	Comunicación	La ONP brinda una comunicación adecuada durante el servicio.
	Servicio rápido	El servicio recibido es rápido y fiable.
	Deseo de ayuda	Los trabajadores muestran siempre disposición para atender mis requerimientos.
	Ocupación del trabajador	Los trabajadores no se muestran demasiado ocupados para atender mis requerimientos.
Empatía	Atención individualizada	La atención en la ONP es individualizada.
	Horarios de atención	Los horarios de atención de la ONP son los adecuados.
	Personalización	Percibo que existe una adecuada personalización para brindar un buen servicio.
	Preocupación	Siento que se preocupan por brindarme un adecuado servicio.
	Comprensión de necesidades	La ONP comprende mis necesidades.

Nota, Elaborado con SPSS Windows XXIV

Para la variable dependiente (14 ítems):

Tabla 5

Preguntas empleadas para la Variable Satisfacción del cliente

Dimensión	Indicador	Ítem
Servicio	Expectativas	El servicio que brinda la ONP cubre mis expectativas
	Desempeño del servicio	Puedo afirmar que la ONP brinda un buen servicio
Tiempo	Tiempo del servicio	El tiempo de servicio para ser atendido y resolver mi solicitud cubre mis expectativas.
	Cumplimiento de plazos	La ONP cumple con los plazos de depósito y trámites de forma satisfactoria.

Absolución de consultas	Proporción de información	La ONP siempre me proporciona la información necesaria para lograr mejor conocimiento sobre la forma en la que operan.
	Optimización de la consulta	La ONP absuelve mis consultas de forma óptima y precisa.
Precio	Cumplimiento de requisitos acordes al precio	La ONP cumple con realizar el pago de las pensiones de forma transparente según los fondos generados.
	Comparación de precios	La ONP brinda tasas de aporte mucho más altas respecto a las demás AFPs.
Opinión comparativa	Requisitos comparados	Los requisitos de la ONP para la afiliación y pago de pensiones es menos complejo respecto a las demás AFPs.
	Calidad comparada	La ONP brinda el mejor servicio de pensiones en el Perú.
	Procesos comparados	La ONP brinda muchas más facilidades de afiliación y para trámites respecto a las demás AFPs.
	Características comparadas	La ONP brinda mejores beneficios sobre los aportes respecto a otras AFPs.
	Cumplimiento de necesidades comparadas	La ONP cumple con satisfacer mis necesidades de una forma mucho más precisa respecto a las demás AFPs.
	Expectativas comparadas	Puedo afirmar que la ONP brinda el mejor servicio de pensiones del mercado.

Nota, Elaborado con SPSS Windows XXIV

4.1.3. Escala de valoración de la variable

La escala que se empleó es de tipo ordinal de acuerdo a Likert, en la que se establecen cinco niveles de calificación de cumplimiento del ítem o afirmación de qué tan de acuerdo se encuentra el encuestado respecto al ítem.

Las escalas son:

- 1: Totalmente en desacuerdo
- 2: En desacuerdo
- 3: Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4: De acuerdo
- 5: Totalmente de acuerdo

Para realizar la medición de las preguntas que forman parte de los instrumentos se empleó dicha escala de medición.

Los resultados se presentan a continuación según variable, dimensión, indicador e ítems.

Del mismo modo se presentan las tablas y figuras de frecuencias para una mejor lectura de lo descrito.

4.1.4. Prueba de normalidad

La presente tesis, según la data procesada, no presenta una distribución normal de la presentación de datos, resultado que se comprueba según la prueba de normalidad de Kolmogorov y Smirnov, el mismo que es calculado con el programa SPSS Windows, y cuyo valor de significancia permite establecer ello.

Es una prueba de bondad de ajuste, la cual se emplea en una muestra independiente. Las variables cuantitativas a las que se aplican, deben de ser medidas en escala ordinales (lo cual es el caso de la presente investigación). Esta prueba tiene como objetivo ajustar la distribución empírica de datos muestrales de una variable ordinal o cuantitativa a una distribución teórica conocida. Asimismo, la prueba de normalidad Kolmogorov y Smirnov no requiere que los datos sean agrupados, lo que permite que ésta haga uso de toda la información del conjunto de datos.

A continuación, se presenta el resultado de la prueba de normalidad según ítems.

Tabla 6

Prueba de normalidad

Pregunta	N	Parámetros normales(a,b)		Diferencias más extremas			Z de Kolmogorov-Smirnov	Sig. asintót. (bilateral)
		Media	Desviación típica	Absoluta	Positiva	Negativa		
La ONP cumple con el servicio según a lo solicitado	376	3.94	0.922	0.215	0.197	-0.215	4.169	0
En caso de presentarse algún inconveniente, la ONP se encarga de resolver dicho problema	376	3.86	0.924	0.192	0.192	-0.191	3.728	0
El servicio que brinda la ONP es un servicio de calidad	376	4.02	0.9	0.222	0.161	-0.222	4.298	0
El tiempo de atención es prudente	376	3.85	0.948	0.198	0.181	-0.198	3.832	0
La ONP no muestra tener errores durante el servicio ofrecido	376	3.81	0.923	0.203	0.188	-0.203	3.944	0
Los trabajadores de la ONP inspiran confianza	376	3.91	0.924	0.205	0.197	-0.205	3.974	0
Me siento seguro siendo atendido en la ONP	376	3.99	0.896	0.213	0.166	-0.213	4.127	0
Los trabajadores muestran amabilidad durante el servicio	376	3.92	0.936	0.215	0.2	-0.215	4.177	0
Los trabajadores tienen conocimiento sobre los servicios que brindan	376	3.87	0.921	0.199	0.185	-0.199	3.854	0
La ONP cuenta con el equipamiento y tecnologías necesarias para garantizar un buen servicio.	376	3.85	0.956	0.197	0.179	-0.197	3.821	0
Las instalaciones de la ONP son las adecuadas para ofrecer un servicio seguro.	376	3.91	0.94	0.2	0.175	-0.2	3.884	0
El personal cuida de una presentación pulcra y ordenada.	376	3.91	0.906	0.204	0.202	-0.204	3.957	0
Se emplean diferentes elementos y materiales para brindar mayor información sobre el servicio que brinda la ONP	376	3.96	0.873	0.21	0.195	-0.21	4.069	0
La ONP brinda una comunicación adecuada durante el servicio.	376	3.95	0.896	0.218	0.168	-0.218	4.224	0
El servicio recibido es rápido y fiable.	376	3.94	0.92	0.2	0.173	-0.2	3.879	0
Los trabajadores muestran siempre disposición para atender mis requerimientos.	376	3.98	0.913	0.216	0.157	-0.216	4.18	0
Los trabajadores no se muestran demasiado ocupados para atender mis requerimientos.	376	3.9	0.965	0.201	0.175	-0.201	3.895	0
La atención en la ONP es individualizada.	376	3.9	0.94	0.196	0.177	-0.196	3.799	0
Los horarios de atención de la ONP son los adecuados.	376	3.86	0.939	0.197	0.182	-0.197	3.817	0

Percibo que existe una adecuada personalización para brindar un buen servicio.	376	3.9	0.951	0.211	0.195	-0.211	4.091	0
Siento que se preocupan por brindarme un adecuado servicio.	376	3.93	0.895	0.22	0.166	-0.22	4.259	0
La ONP comprende mis necesidades.	376	3.91	0.854	0.206	0.194	-0.206	3.987	0
El servicio que brinda la ONP cubre mis expectativas	376	3.95	0.903	0.21	0.188	-0.21	4.072	0
Puedo afirmar que la ONP brinda un buen servicio	376	3.84	0.895	0.204	0.193	-0.204	3.95	0
El tiempo de servicio para ser atendido y resolver mi solicitud cubre mis expectativas.	376	3.89	0.916	0.22	0.163	-0.22	4.271	0
La ONP cumple con los plazos de depósito y trámites de forma satisfactoria.	376	3.89	0.9	0.207	0.18	-0.207	4.022	0
La ONP siempre me proporciona la información necesaria para lograr mejor conocimiento sobre la forma en la que operan.	376	3.88	0.965	0.2	0.168	-0.2	3.876	0
La ONP absuelve mis consultas de forma óptima y precisa.	376	3.91	0.924	0.213	0.163	-0.213	4.137	0
La ONP cumple con realizar el pago de las pensiones de forma transparente según los fondos generados.	376	3.9	0.889	0.229	0.178	-0.229	4.436	0
La ONP brinda tasas de aporte mucho más altas respecto a las demás AFPs.	376	3.81	0.878	0.214	0.214	-0.193	4.15	0
Los requisitos de la ONP para la afiliación y pago de pensiones es menos complejo respecto a las demás AFPs.	376	3.9	0.935	0.2	0.185	-0.2	3.87	0
La ONP brinda el mejor servicio de pensiones en el Perú.	376	3.95	0.945	0.213	0.174	-0.213	4.134	0
La ONP brinda muchas más facilidades de afiliación y para trámites respecto a las demás AFPs.	376	3.88	0.961	0.198	0.184	-0.198	3.834	0
La ONP brinda mejores beneficios sobre los aportes respecto a otras AFPs.	376	3.91	0.873	0.234	0.183	-0.234	4.541	0
La ONP cumple con satisfacer mis necesidades de una forma mucho más precisa respecto a las demás AFPs.	376	3.85	0.922	0.203	0.203	-0.188	3.937	0
Puedo afirmar que la ONP brinda el mejor servicio de pensiones del mercado.	376	3.96	0.89	0.205	0.173	-0.205	3.98	0

a La distribución de contraste es la Normal.

b Se han calculado a partir de los datos.

Los resultados indican que los datos no siguen una distribución normal. Por lo tanto, la estadística que se utilizó es no paramétrica, siendo la prueba elegible la correlación de Rho-Spearman.

4.2. Tratamiento estadístico

4.2.1. Resultados

4.2.1.1. Variable independiente: Calidad del servicio

4.2.1.1.1. Dimensión: Fiabilidad

Indicador 1: Cumplimiento del servicio

El indicador *Cumplimiento del servicio*, que corresponde a la dimensión Fiabilidad para la variable Calidad de Servicio, fue medido a partir del ítem que indica: La ONP cumple con el servicio según a lo solicitado.

Los resultados muestran que los usuarios de la ONP Tacna consideran que la entidad cumple con brindar el servicio según como se indica o haya sido solicitado por el usuario.

Este resultado debe dicha afirmación dado el 34% de usuarios que indicaron estar Totalmente de Acuerdo y De Acuerdo con el 30.9%.

En la siguiente Tabla se presenta las frecuencias que explican estos resultados.

Tabla 7

Cumplimiento del servicio

Pregunta	Alternativas	Recuento	%
La ONP cumple con el servicio según a lo solicitado	Totalmente en desacuerdo	3	0.80%
	En desacuerdo	12	3.20%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	117	31.10%
	De acuerdo	116	30.90%
	Totalmente de acuerdo	128	34.00%
	Total	376	100.00%

Nota. Elaborado con SPSS Windows XXIV

Indicador 2: Resolución de problemas

El indicador *Resolución de problemas*, que corresponde a la dimensión Fiabilidad para la variable Calidad de Servicio, fue medido a partir del ítem que indica: En caso de presentarse algún inconveniente, la ONP se encarga de resolver dicho problema

Los resultados muestran que los usuarios de la ONP Tacna consideran que la entidad logra resolver sus problemas en caso que se presentan problemas o inconvenientes que puedan afectar el servicio.

Este resultado debe dicha afirmación dado el 29.5% de usuarios que indicaron estar Totalmente de Acuerdo y De Acuerdo con el 33.8%.

En la siguiente Tabla se presenta las frecuencias que explican estos resultados.

Tabla 8

Resolución de problemas

Pregunta	Alternativas	Recuento	%
En caso de presentarse algún inconveniente, la ONP se encarga de resolver dicho problema	Totalmente en desacuerdo	3	0.80%
	En desacuerdo	18	4.80%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	117	31.10%
	De acuerdo	127	33.80%
	Totalmente de acuerdo	111	29.50%
	Total	376	100.00%

Nota. Elaborado con SPSS Windows XXIV

Indicador 3: Servicio adecuado

El indicador *Servicio adecuado*, que corresponde a la dimensión Fiabilidad para la variable Calidad de Servicio, fue medido a partir del ítem que indica: El servicio que brinda la ONP es un servicio de calidad

Los resultados muestran que los usuarios de la ONP Tacna consideran que la entidad brinda un servicio que puede ser calificado como de calidad.

Este resultado debe dicha afirmación dado el 34.6% de usuarios que indicaron estar Totalmente de Acuerdo y De Acuerdo con el 38.3%.

En la siguiente Tabla se presenta las frecuencias que explican estos resultados.

Tabla 9

Servicio adecuado

Pregunta	Alternativas	Recuento	%
El servicio que brinda la ONP es un servicio de calidad	Totalmente en desacuerdo	3	0.80%
	En desacuerdo	16	4.30%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	83	22.10%
	De acuerdo	144	38.30%
	Totalmente de acuerdo	130	34.60%
	Total	376	100.00%

Nota. Elaborado con SPSS Windows XXIV

Indicador 4: Tiempo de servicio

El indicador *Tiempo de servicio*, que corresponde a la dimensión Fiabilidad para la variable Calidad de Servicio, fue medido a partir del ítem que indica: El tiempo de atención es prudente

Los resultados muestran que los usuarios de la ONP Tacna consideran que la entidad ofrece sus servicios en un tiempo prudente a fin de evitar inconvenientes o esperas para con sus usuarios.

Este resultado debe dicha afirmación dado el 29.1% de usuarios que indicaron estar Totalmente de Acuerdo y De Acuerdo con el 34%.

En la siguiente Tabla se presenta las frecuencias que explican estos resultados.

Tabla 10

Tiempo de servicio

Pregunta	Alternativas	Recuento	%
El tiempo de atención es prudente	Totalmente en desacuerdo	4	1.10%
	En desacuerdo	22	5.90%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	112	29.80%
	De acuerdo	128	34.00%
	Totalmente de acuerdo	110	29.30%
	Total	376	100.00%

Nota. Elaborado con SPSS Windows XXIV

Indicador 5: Margen de errores

El indicador *Margen de errores*, que corresponde a la dimensión Fiabilidad para la variable Calidad de Servicio, fue medido a partir del ítem que indica: La ONP no muestra tener errores durante el servicio ofrecido

Los resultados muestran que los usuarios de la ONP Tacna consideran que la entidad se muestra exenta de errores cuando ofrece el servicio, es decir que procura realizar bien el proceso de atención.

Este resultado debe dicha afirmación dado el 26.6% de usuarios que indicaron estar Totalmente de Acuerdo y De Acuerdo con el 35.6%.

En la siguiente Tabla se presenta las frecuencias que explican estos resultados.

Tabla 11

Margen de errores

Pregunta	Alternativas	Recuento	%
La ONP no muestra tener errores durante el servicio ofrecido	Totalmente en desacuerdo	2	0.50%
	En desacuerdo	25	6.60%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	115	30.60%
	De acuerdo	134	35.60%
	Totalmente de acuerdo	100	26.60%
	Total	376	100.00%

Nota. Elaborado con SPSS Windows XXIV

4.2.1.1.2. Dimensión: Seguridad

Indicador: Confianza al cliente

El indicador *Confianza al cliente*, que corresponde a la dimensión Seguridad para la variable Calidad de Servicio, fue medido a partir del ítem que indica: Los trabajadores de la ONP inspiran confianza

Los resultados muestran que los usuarios de la ONP Tacna consideran que la entidad cuenta con trabajadores que durante el servicio logran brindar confianza.

Este resultado debe dicha afirmación dado el 32.4% de usuarios que indicaron estar Totalmente de Acuerdo y De Acuerdo con el 31.6%.

En la siguiente Tabla se presenta las frecuencias que explican estos resultados.

Tabla 12

Confianza al cliente

Pregunta	Alternativas	Recuento	%
	Totalmente en desacuerdo	3	0.80%
Los trabajadores de la ONP inspiran confianza	En desacuerdo	14	3.70%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	118	31.40%
	De acuerdo	119	31.60%
	Totalmente de acuerdo	122	32.40%
	Total	376	100.00%

Nota. Elaborado con SPSS Windows XXIV

Indicador: Seguridad en el servicio

El indicador *Seguridad en el servicio*, que corresponde a la dimensión Seguridad para la variable Calidad de Servicio, fue medido a partir del ítem que indica: Me siento seguro siendo atendido en la ONP

Los resultados muestran que los usuarios de la ONP Tacna consideran que la entidad, gracias al servicio de atención que brinda, inspira seguridad que se garantiza dicha buena atención.

Este resultado debe dicha afirmación dado el 34.3% de usuarios que indicaron estar Totalmente de Acuerdo y De Acuerdo con el 35.6%.

En la siguiente Tabla se presenta las frecuencias que explican estos resultados.

Tabla 13

Seguridad en el servicio

Pregunta	Alternativas	Recuento	%
	Totalmente en desacuerdo	1	0.30%
Me siento seguro siendo atendido en la ONP	En desacuerdo	17	4.50%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	95	25.30%
	De acuerdo	134	35.60%
	Totalmente de acuerdo	129	34.30%
	Total	376	100.00%

Nota. Elaborado con SPSS Windows XXIV

Indicador: Cortesía

El indicador *Cortesía*, que corresponde a la dimensión Seguridad para la variable Calidad de Servicio, fue medido a partir del ítem que indica: Los trabajadores muestran amabilidad durante el servicio

Los resultados muestran que los usuarios de la ONP Tacna consideran que la entidad cuenta con trabajadores que durante el servicio de atención son amables, hecho que mejora la experiencia de ser atendido en la entidad.

Este resultado debe dicha afirmación dado el 34% de usuarios que indicaron estar Totalmente de Acuerdo y De Acuerdo con el 29.8%.

En la siguiente Tabla se presenta las frecuencias que explican estos resultados.

Tabla 14

Cortesía

Pregunta	Alternativas	Recuento	%
Los trabajadores muestran amabilidad durante el servicio	Totalmente en desacuerdo	2	0.50%
	En desacuerdo	17	4.50%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	117	31.10%
	De acuerdo	112	29.80%
	Totalmente de acuerdo	128	34.00%
	Total	376	100.00%

Nota. Elaborado con SPSS Windows XXIV

Indicador: Conocimiento del servicio

El indicador *Conocimiento del servicio*, que corresponde a la dimensión Seguridad para la variable Calidad de Servicio, fue medido a partir del ítem que indica: Los trabajadores tienen conocimiento sobre los servicios que brindan

Los resultados muestran que los usuarios de la ONP Tacna consideran que la entidad cuenta con trabajadores que tienen el conocimiento suficiente para ofrecer un buen servicio.

Este resultado debe dicha afirmación dado el 29.5% de usuarios que indicaron estar Totalmente de Acuerdo y De Acuerdo con el 34.8%.

En la siguiente Tabla se presenta las frecuencias que explican estos resultados.

Tabla 15

Conocimiento del servicio

Pregunta	Alternativas	Recuento	%
Los trabajadores tienen conocimiento sobre los servicios que brindan	Totalmente en desacuerdo	2	0.50%
	En desacuerdo	21	5.60%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	111	29.50%
	De acuerdo	131	34.80%
	Totalmente de acuerdo	111	29.50%
	Total	376	100.00%

Nota. Elaborado con SPSS Windows XXIV

4.2.1.1.3. Dimensión: Elementos Tangibles

Indicador: Equipos

El indicador *Equipos*, que corresponde a la dimensión Elementos Tangibles para la variable Calidad de Servicio, fue medido a partir del ítem que indica: La ONP cuenta con el equipamiento y tecnologías necesarias para garantizar un buen servicio

Los resultados muestran que los usuarios de la ONP Tacna consideran que la entidad en su infraestructura cuenta con equipamientos y tecnologías que son necesarias para que se pueda brindar un servicio adecuado.

Este resultado debe dicha afirmación dado el 29.8% de usuarios que indicaron estar Totalmente de Acuerdo y De Acuerdo con el 33.5%. En la siguiente Tabla se presenta las frecuencias que explican estos resultados.

Tabla 16

Equipos

Pregunta	Alternativas	Recuento	%
La ONP cuenta con el equipamiento y tecnologías necesarias para garantizar un buen servicio.	Totalmente en desacuerdo	3	0.80%
	En desacuerdo	26	6.90%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	109	29.00%
	De acuerdo	126	33.50%
	Totalmente de acuerdo	112	29.80%
	Total	376	100.00%

Nota. Elaborado con SPSS Windows XXIV

Indicador: Apariencia de instalaciones físicas

El indicador *Apariencia de instalaciones físicas*, que corresponde a la dimensión Elementos Tangibles para la variable Calidad de Servicio, fue medido a partir del ítem que indica: Las instalaciones de la ONP son las adecuadas para ofrecer un servicio seguro.

Los resultados muestran que los usuarios de la ONP Tacna consideran que la entidad tiene en su diseño de infraestructura las condiciones necesarias que permitan que el servicio que brinda sea seguro.

Este resultado debe dicha afirmación dado el 32.4% de usuarios que indicaron estar Totalmente de Acuerdo y De Acuerdo con el 33.5%.

En la siguiente Tabla se presenta las frecuencias que explican estos resultados.

Tabla 17

Apariencia de instalaciones físicas

Pregunta	Alternativas	Recuento	%
Las instalaciones de la ONP son las adecuadas para ofrecer un servicio seguro.	Totalmente en desacuerdo	3	0.80%
	En desacuerdo	20	5.30%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	105	27.90%
	De acuerdo	126	33.50%
	Totalmente de acuerdo	122	32.40%
	Total	376	100.00%

Nota. Elaborado con SPSS Windows XXIV

Indicador: Apariencia de empleados

El indicador *Apariencia de empleados*, que corresponde a la dimensión Elementos Tangibles para la variable Calidad de Servicio, fue medido a partir del ítem que indica: El personal cuida de una presentación pulcra y ordenada

Los resultados muestran que los usuarios de la ONP Tacna consideran que la entidad cuenta con trabajadores que procuran tener siempre una presentación pulcra y ordenada, es decir, preocupación por la apariencia en la que se presentan para brindar el servicio.

Este resultado debe dicha afirmación dado el 31.9% de usuarios que indicaron estar Totalmente de Acuerdo y De Acuerdo con el 32.2%.

En la siguiente Tabla se presenta las frecuencias que explican estos resultados.

Tabla 18

Apariencia de empleados

Pregunta	Alternativas	Recuento	%
El personal cuida de una presentación pulcra y ordenada.	Totalmente en desacuerdo	1	0.30%
	En desacuerdo	16	4.30%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	118	31.40%
	De acuerdo	121	32.20%
	Totalmente de acuerdo	120	31.90%
	Total	376	100.00%

Nota. Elaborado con SPSS Windows XXIV

Indicador: Material de apoyo

El indicador *Material de apoyo*, que corresponde a la dimensión Elementos Tangibles para la variable Calidad de Servicio, fue medido a partir del ítem que

indica: Se emplean diferentes elementos y materiales para brindar mayor información sobre el servicio que brinda la ONP

Los resultados muestran que los usuarios de la ONP Tacna consideran que la entidad hace uso de los elementos materiales necesarios para que se pueda ofrecer mejor información durante la experiencia del servicio.

Este resultado debe dicha afirmación dado el 32.7% de usuarios que indicaron estar Totalmente de Acuerdo y De Acuerdo con el 34.3%. En la siguiente Tabla se presenta las frecuencias que explican estos resultados.

Tabla 19

Material de apoyo

Pregunta	Alternativas	Recuento	%
Se emplean diferentes elementos y materiales para brindar mayor información sobre el servicio que brinda la ONP	Totalmente en desacuerdo	0	0.00%
	En desacuerdo	13	3.50%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	111	29.50%
	De acuerdo	129	34.30%
	Totalmente de acuerdo	123	32.70%
	Total	376	100.00%

Nota. Elaborado con SPSS Windows XXIV

4.2.1.1.4. Dimensión: Capacidad de respuesta

Indicador: Comunicación

El indicador *Comunicación*, que corresponde a la dimensión Capacidad de respuesta para la variable Calidad de Servicio, fue medido a partir del ítem que indica: La ONP brinda una comunicación adecuada durante el servicio

Los resultados muestran que los usuarios de la ONP Tacna consideran que la entidad brinda durante el servicio de atención, la comunicación necesaria para que el usuario tenga al alcance la información requerida.

Este resultado debe dicha afirmación dado el 30.9% de usuarios que indicaron estar Totalmente de Acuerdo y De Acuerdo con el 38.6%. En la siguiente Tabla se presenta las frecuencias que explican estos resultados.

Tabla 20

Comunicación

Pregunta	Alternativas	Recuento	%
La ONP brinda una comunicación adecuada durante el servicio.	Totalmente en desacuerdo	4	1.10%
	En desacuerdo	13	3.50%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	98	26.10%
	De acuerdo	145	38.60%
	Totalmente de acuerdo	116	30.90%
	Total	376	100.00%

Nota. Elaborado con SPSS Windows XXIV

Indicador: Servicio rápido

El indicador *Servicio rápido*, que corresponde a la dimensión Capacidad de respuesta para la variable Calidad de Servicio, fue medido a partir del ítem que indica: El servicio recibido es rápido y fiable

Los resultados muestran que los usuarios de la ONP Tacna consideran que la entidad durante la experiencia de servicio suele ser rápido y tan fiable, lo que permite reducir los tiempos de permanencia del usuario en la entidad.

Este resultado debe dicha afirmación dado el 32.4% de usuarios que indicaron estar Totalmente de Acuerdo y De Acuerdo con el 34.8%.

En la siguiente Tabla se presenta las frecuencias que explican estos resultados.

Tabla 21

Servicio rápido

Pregunta	Alternativas	Recuento	%
El servicio recibido es rápido y fiable.	Totalmente en desacuerdo	4	1.10%
	En desacuerdo	14	3.70%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	105	27.90%
	De acuerdo	131	34.80%
	Totalmente de acuerdo	122	32.40%
	Total	376	100.00%

Nota. Elaborado con SPSS Windows XXIV

Indicador: Deseo de ayuda

El indicador *Deseo de ayuda*, que corresponde a la dimensión Capacidad de respuesta para la variable Calidad de Servicio, fue medido a partir del ítem que indica: Los trabajadores muestran siempre disposición para atender mis requerimientos

Los resultados muestran que los usuarios de la ONP Tacna consideran que la entidad tiene trabajadores que muestran disposición para atender los requerimientos que pudieran tener cuando visitan la entidad.

Este resultado debe dicha afirmación dado el 33.5% de usuarios que indicaron estar Totalmente de Acuerdo y De Acuerdo con el 37.2%.

En la siguiente Tabla se presenta las frecuencias que explican estos resultados.

Tabla 22

Deseo de ayuda

Pregunta	Alternativas	Recuento	%
Los trabajadores muestran siempre disposición para atender mis requerimientos.	Totalmente en desacuerdo	4	1.10%
	En desacuerdo	15	4.00%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	91	24.20%
	De acuerdo	140	37.20%
	Totalmente de acuerdo	126	33.50%
	Total	376	100.00%

Nota. Elaborado con SPSS Windows XXIV

Indicador: Ocupación del trabajador

El indicador *Ocupación del trabajador*, que corresponde a la dimensión Capacidad de respuesta para la variable Calidad de Servicio, fue medido a partir del ítem que indica: Los trabajadores no se muestran demasiado ocupados para atender mis requerimientos

Los resultados muestran que los usuarios de la ONP Tacna consideran que la entidad los trabajadores no suelen mostrarse demasiado ocupados como para atender las solicitudes que pudieran tener.

Este resultado debe dicha afirmación dado el 32.7% de usuarios que indicaron estar Totalmente de Acuerdo y De Acuerdo con el 32.2%. En la siguiente Tabla se presenta las frecuencias que explican estos resultados.

Tabla 23

Ocupación del trabajador

Pregunta	Alternativas	Recuento	%
Los trabajadores no se muestran demasiado ocupados para atender mis requerimientos.	Totalmente en desacuerdo	4	1.10%
	En desacuerdo	22	5.90%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	106	28.20%
	De acuerdo	121	32.20%
	Totalmente de acuerdo	123	32.70%
	Total	376	100.00%

Nota. Elaborado con SPSS Windows XXIV

4.2.1.1.5. Dimensión: Empatía

Indicador: Atención individualizada

El indicador *Atención individualizada*, que corresponde a la dimensión Empatía de respuesta para la variable Calidad de Servicio, fue medido a partir del ítem que indica: La atención en la ONP es individualizada

Los resultados muestran que los usuarios de la ONP Tacna consideran que la entidad al momento de brindar el servicio brinda la sensación de ser personalizado según los requerimientos de cada usuario.

Este resultado debe dicha afirmación dado el 31.6% de usuarios que indicaron estar Totalmente de Acuerdo y De Acuerdo con el 33.8%. En la siguiente Tabla se presenta las frecuencias que explican estos resultados.

Tabla 24

Atención individualizada

Pregunta	Alternativas	Recuento	%
La atención en la ONP es individualizada.	Totalmente en desacuerdo	4	1.10%
	En desacuerdo	18	4.80%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	108	28.70%
	De acuerdo	127	33.80%
	Totalmente de acuerdo	119	31.60%
	Total	376	100.00%

Nota. Elaborado con SPSS Windows XXIV

Indicador: Horarios de atención

El indicador *Horarios de atención*, que corresponde a la dimensión Empatía de respuesta para la variable Calidad de Servicio, fue medido a partir del ítem que indica: Los horarios de atención de la ONP son los adecuados

Los resultados muestran que los usuarios de la ONP Tacna consideran que la entidad atiende en horarios que son convenientes para los usuarios.

Este resultado debe dicha afirmación dado el 29.5% de usuarios que indicaron estar Totalmente de Acuerdo y De Acuerdo con el 34.3%.

En la siguiente Tabla se presenta las frecuencias que explican estos resultados.

Tabla 25

Horarios de atención

Pregunta	Alternativas	Recuento	%
Los horarios de atención de la ONP son los adecuados.	Totalmente en desacuerdo	5	1.30%
	En desacuerdo	17	4.50%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	114	30.30%
	De acuerdo	129	34.30%
	Totalmente de acuerdo	111	29.50%
	Total	376	100.00%

Nota. Elaborado con SPSS Windows XXIV

Indicador: Personalización

El indicador *Personalización*, que corresponde a la dimensión Empatía de respuesta para la variable Calidad de Servicio, fue medido a partir del ítem que indica: Percibo que existe una adecuada personalización para brindar un buen servicio

Los resultados muestran que los usuarios de la ONP Tacna consideran que en la entidad existe personalización en el momento que se brinda el servicio solicitado la misma que se brinda de forma adecuada.

Este resultado debe dicha afirmación dado el 33.5% de usuarios que indicaron estar Totalmente de Acuerdo y De Acuerdo con el 29.8%.

En la siguiente Tabla se presenta las frecuencias que explican estos resultados.

Tabla 26

Personalización

Pregunta	Alternativas	Recuento	%
Percibo que existe una adecuada personalización para brindar un buen servicio.	Totalmente en desacuerdo	2	0.50%
	En desacuerdo	21	5.60%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	115	30.60%
	De acuerdo	112	29.80%
	Totalmente de acuerdo	126	33.50%
	Total	376	100.00%

Nota. Elaborado con SPSS Windows XXIV

Indicador: Preocupación

El indicador *Preocupación*, que corresponde a la dimensión Empatía de respuesta para la variable Calidad de Servicio, fue medido a partir del ítem que indica: Siento que se preocupan por brindarme un adecuado servicio

Los resultados muestran que los usuarios de la ONP Tacna consideran que la entidad muestra una adecuada preocupación para con sus usuarios a fin de garantizar que se brindará un buen servicio.

Este resultado debe dicha afirmación dado el 30.3% de usuarios que indicaron estar Totalmente de Acuerdo y De Acuerdo con el 38.6%.

En la siguiente Tabla se presenta las frecuencias que explican estos resultados.

Tabla 27

Preocupación

Pregunta	Alternativas	Recuento	%
Siento que se preocupan por brindarme un adecuado servicio.	Totalmente en desacuerdo	1	0.30%
	En desacuerdo	21	5.60%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	95	25.30%
	De acuerdo	145	38.60%
	Totalmente de acuerdo	114	30.30%
	Total	376	100.00%

Nota. Elaborado con SPSS Windows XXIV

Indicador: Comprensión de necesidades

El indicador *Comprensión de necesidades*, que corresponde a la dimensión Empatía de respuesta para la variable Calidad de Servicio, fue medido a partir del ítem que indica: La ONP comprende mis necesidades

Los resultados muestran que los usuarios de la ONP Tacna consideran que la entidad realmente muestra preocupación para comprender las necesidades de los usuarios que son atendidos en sus instalaciones.

Este resultado debe dicha afirmación dado el 28.2% de usuarios que indicaron estar Totalmente de Acuerdo y De Acuerdo con el 38%.

En la siguiente Tabla se presenta las frecuencias que explican estos resultados.

Tabla 28

Comprensión de necesidades

Pregunta	Alternativas	Recuento	%
	Totalmente en desacuerdo	1	0.30%
La ONP comprende mis necesidades.	En desacuerdo	12	3.20%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	114	30.30%
	De acuerdo	143	38.00%
	Totalmente de acuerdo	106	28.20%
	Total	376	100.00%

Nota. Elaborado con SPSS Windows XXIV

4.2.1.2. Variable dependiente: Satisfacción del cliente

4.2.1.2.1. Dimensión: Servicio

Indicador: Expectativas

El indicador *Expectativas*, que corresponde a la dimensión Expectativas de respuesta para la variable Satisfacción del cliente, fue medido a partir del ítem que indica: El servicio que brinda la ONP cubre mis expectativas.

Los resultados muestran que los usuarios de la ONP Tacna consideran que la entidad a través del servicio que brinda logra cubrir las expectativas de sus usuarios.

Este resultado debe dicha afirmación dado el 33.2% de usuarios que indicaron estar Totalmente de Acuerdo y De Acuerdo con el 33.2%. En la siguiente Tabla se presenta las frecuencias que explican estos resultados.

Tabla 29

Expectativas

Pregunta	Alternativas	Recuento	%
El servicio que brinda la ONP cubre mis expectativas	Totalmente en desacuerdo	1	0.30%
	En desacuerdo	16	4.30%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	109	29.00%
	De acuerdo	125	33.20%
	Totalmente de acuerdo	125	33.20%
	Total	376	100.00%

Nota. Elaborado con SPSS Windows XXIV

Indicador: Desempeño del servicio

El indicador *Desempeño del servicio*, que corresponde a la dimensión Expectativas de respuesta para la variable Satisfacción del cliente, fue medido a partir del ítem que indica: Puedo afirmar que la ONP brinda un buen servicio

Los resultados muestran que los usuarios de la ONP Tacna consideran que la entidad logra brindar según afirman los usuarios un desempeño que puede calificarse como un buen servicio.

Este resultado debe dicha afirmación dado el 26.6% de usuarios que indicaron estar Totalmente de Acuerdo y De Acuerdo con el 36.7%.

En la siguiente Tabla se presenta las frecuencias que explican estos resultados.

Tabla 30

Desempeño del servicio

Pregunta	Alternativas	Recuento	%
	Totalmente en desacuerdo	3	0.80%
Puedo afirmar que la ONP brinda un buen servicio	En desacuerdo	16	4.30%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	119	31.60%
	De acuerdo	138	36.70%
	Totalmente de acuerdo	100	26.60%
	Total	376	100.00%

Nota. Elaborado con SPSS Windows XXIV

4.2.1.2.2. Dimensión: Tiempo

Indicador: Tiempo del servicio

El indicador *Tiempo del servicio*, que corresponde a la dimensión Tiempo de respuesta para la variable Satisfacción del cliente, fue medido a partir del ítem que indica: El tiempo de servicio para ser atendido y resolver mi solicitud cubre mis expectativas

Los resultados muestran que los usuarios de la ONP Tacna consideran que la entidad logra resolver el servicio solicitado en el tiempo adecuado de atención lo que cubre sus expectativas.

Este resultado debe dicha afirmación dado el 29% de usuarios que indicaron estar Totalmente de Acuerdo y De Acuerdo con el 38.3%. En la siguiente Tabla se presenta las frecuencias que explican estos resultados.

Tabla 31

Tiempo del servicio

Pregunta	Alternativas	Recuento	%
El tiempo de servicio para ser atendido y resolver mi solicitud cubre mis expectativas.	Totalmente en desacuerdo	3	0.80%
	En desacuerdo	21	5.60%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	99	26.30%
	De acuerdo	144	38.30%
	Totalmente de acuerdo	109	29.00%
	Total	376	100.00%

Nota. Elaborado con SPSS Windows XXIV

Indicador: Cumplimiento de plazos

El indicador *Cumplimiento de plazos*, que corresponde a la dimensión Tiempo de respuesta para la variable Satisfacción del cliente, fue medido a partir del ítem que indica: La ONP cumple con los plazos de depósito y trámites de forma satisfactoria

Los resultados muestran que los usuarios de la ONP Tacna consideran que la entidad, en relación a los depósitos y trámites que realiza, lo hace de forma adecuada respecto a los plazos debidos.

Este resultado debe dicha afirmación dado el 28.7% de usuarios que indicaron estar Totalmente de Acuerdo y De Acuerdo con el 37%. En la siguiente Tabla se presenta las frecuencias que explican estos resultados.

Tabla 32

Cumplimiento de plazos

Pregunta	Alternativas	Recuento	%
La ONP cumple con los plazos de depósito y trámites de forma satisfactoria.	Totalmente en desacuerdo	3	0.80%
	En desacuerdo	16	4.30%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	110	29.30%
	De acuerdo	139	37.00%
	Totalmente de acuerdo	108	28.70%
	Total	376	100.00%

Nota. Elaborado con SPSS Windows XXIV

4.2.1.2.3. Dimensión: Absolución de consultas

Indicador: Proporción de información

El indicador *Proporción de información*, que corresponde a la dimensión Absolución de consultas para la variable Satisfacción del cliente, fue medido a partir del ítem que indica: La ONP siempre me proporciona la información necesaria para lograr mejor conocimiento sobre la forma en la que operan

Los resultados muestran que los usuarios de la ONP Tacna consideran que la entidad siempre proporciona la información necesaria para que el usuario tenga conocimiento respecto a la forma en la que opera la entidad.

Este resultado debe dicha afirmación dado el 31.7% de usuarios que indicaron estar Totalmente de Acuerdo y De Acuerdo con el 34%. En la siguiente Tabla se presenta las frecuencias que explican estos resultados.

Tabla 33

Proporción de información

Pregunta	Alternativas	Recuento	%
La ONP siempre me proporciona la información necesaria para lograr mejor conocimiento sobre la forma en la que operan.	Totalmente en desacuerdo	8	2.10%
	En desacuerdo	14	3.70%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	109	29.00%
	De acuerdo	128	34.00%
	Totalmente de acuerdo	117	31.10%
	Total	376	100.00%

Nota. Elaborado con SPSS Windows XXIV

Indicador: Optimización de la consulta

El indicador *Optimización de la consulta*, que corresponde a la dimensión Absolución de consultas para la variable Satisfacción del cliente, fue medido a partir del ítem que indica: La ONP absuelve mis consultas de forma óptima y precisa

Los resultados muestran que los usuarios de la ONP Tacna consideran que la entidad absuelve las consultas de los usuarios de forma óptima y con suma precisión.

Este resultado debe dicha afirmación dado el 30.6% de usuarios que indicaron estar Totalmente de Acuerdo y De Acuerdo con el 37%.

En la siguiente Tabla se presenta las frecuencias que explican estos resultados.

Tabla 34

Optimización de la consulta

Pregunta	Alternativas	Recuento	%
La ONP absuelve mis consultas de forma óptima y precisa.	Totalmente en desacuerdo	4	1.10%
	En desacuerdo	18	4.80%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	100	26.60%
	De acuerdo	139	37.00%
	Totalmente de acuerdo	115	30.60%
	Total	376	100.00%

Nota. Elaborado con SPSS Windows XXIV

4.2.1.2.4. Dimensión: Precio

Indicador: Cumplimiento de requisitos acordes al precio

El indicador *Cumplimiento de requisitos acordes al precio*, que corresponde a la dimensión Precio para la variable Satisfacción del cliente, fue medido a partir del ítem que indica: La ONP cumple con realizar el pago de las pensiones de forma transparente según los fondos generados

Los resultados muestran que los usuarios de la ONP Tacna consideran que la entidad cumple con la realización de los pagos a los pensionistas mostrando transparencia en relación a los fondos que corresponden al usuario según aportes.

Este resultado debe dicha afirmación dado el 27.7% de usuarios que indicaron estar Totalmente de Acuerdo y De Acuerdo con el 40.7%. En la siguiente Tabla se presenta las frecuencias que explican estos resultados.

Tabla 35

Cumplimiento de requisitos acordes al precio

Pregunta	Alternativas	Recuento	%
La ONP cumple con realizar el pago de las pensiones de forma transparente según los fondos generados.	Totalmente en desacuerdo	4	1.10%
	En desacuerdo	15	4.00%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	100	26.60%
	De acuerdo	153	40.70%
	Totalmente de acuerdo	104	27.70%
	Total	376	100.00%

Nota. Elaborado con SPSS Windows XXIV

Indicador: Comparación de precios

El indicador *Comparación de precios*, que corresponde a la dimensión Precio para la variable Satisfacción del cliente, fue medido a partir del ítem que indica: La ONP brinda tasas de aporte mucho más altas respecto a las demás AFPs

Los resultados muestran que los usuarios de la ONP Tacna consideran que la entidad ofrece tasas que son relativamente de mejor rendimiento que otros fondos de pensiones.

Este resultado debe dicha afirmación dado el 25.3% de usuarios que indicaron estar Totalmente de Acuerdo y De Acuerdo con el 35.6%. En la siguiente Tabla se presenta las frecuencias que explican estos resultados.

Tabla 36

Comparación de precios

Pregunta	Alternativas	Recuento	%
	Totalmente en desacuerdo	3	0.80%
La ONP brinda tasas de aporte mucho más altas respecto a las demás AFPs.	En desacuerdo	12	3.20%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	132	35.10%
	De acuerdo	134	35.60%
	Totalmente de acuerdo	95	25.30%
	Total	376	100.00%

Nota. Elaborado con SPSS Windows XXIV

4.2.1.2.5. Dimensión: Opinión comparativa

Indicador: Requisitos comparados

El indicador *Requisitos comparados*, que corresponde a la dimensión Opinión comparativa para la variable Satisfacción del cliente, fue medido a partir del ítem que indica: Los requisitos de la ONP para la afiliación y pago de pensiones es menos complejo respecto a las demás AFPs

Los resultados muestran que los usuarios de la ONP Tacna consideran que la entidad no es muy compleja en cuanto a requisitos exigibles para que se logre realizar la afiliación y el pago de las pensiones, es decir, que no presenta trámites muy complicados. Este resultado debe dicha afirmación dado el 31.9% de usuarios que indicaron estar Totalmente de Acuerdo y De Acuerdo con el 32.7%. En la siguiente Tabla se presenta las frecuencias que explican estos resultados.

Tabla 37

Requisitos comparados

Pregunta	Alternativas	Recuento	%
Los requisitos de la ONP para la afiliación y pago de pensiones es menos complejo respecto a las demás AFPs.	Totalmente en desacuerdo	2	0.50%
	En desacuerdo	21	5.60%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	110	29.30%
	De acuerdo	123	32.70%
	Totalmente de acuerdo	120	31.90%
	Total	376	100.00%

Nota. Elaborado con SPSS Windows XXIV

Indicador: Calidad comparada

El indicador *Calidad comparada*, que corresponde a la dimensión Calidad comparada para la variable Satisfacción del cliente, fue medido a partir del ítem que indica: La ONP brinda el mejor servicio de pensiones en el Perú

Los resultados muestran que los usuarios de la ONP Tacna consideran que la entidad es aquella que brinda el mejor servicio en relación a la administración de los fondos de pensiones en el Perú.

Este resultado debe dicha afirmación dado el 34.6% de usuarios que indicaron estar Totalmente de Acuerdo y De Acuerdo con el 32.2%.

En la siguiente Tabla se presenta las frecuencias que explican estos resultados.

Tabla 38

Calidad comparada

Pregunta	Alternativas	Recuento	%
La ONP brinda el mejor servicio de pensiones en el Perú.	Totalmente en desacuerdo	3	0.80%
	En desacuerdo	19	5.10%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	103	27.40%
	De acuerdo	121	32.20%
	Totalmente de acuerdo	130	34.60%
	Total	376	100.00%

Nota. Elaborado con SPSS Windows XXIV

Indicador: Procesos comparados

El indicador *Procesos comparados*, que corresponde a la dimensión Calidad comparada para la variable Satisfacción del cliente, fue medido a partir del ítem que indica: La ONP brinda muchas más facilidades de afiliación y para trámites respecto a las demás AFPs.

Los resultados muestran que los usuarios de la ONP Tacna consideran que la entidad ofrece facilidades que permiten y facilitan los trámites necesarios para la gestión de sus fondos de pensiones.

Este resultado debe dicha afirmación dado el 31.9% de usuarios que indicaron estar Totalmente de Acuerdo y De Acuerdo con el 31.6%. En la siguiente Tabla se presenta las frecuencias que explican estos resultados.

Tabla 39

Procesos comparados

Pregunta	Alternativas	Recuento	%
La ONP brinda muchas más facilidades de afiliación y para trámites respecto a las demás AFPs.	Totalmente en desacuerdo	4	1.10%
	En desacuerdo	21	5.60%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	112	29.80%
	De acuerdo	119	31.60%
	Totalmente de acuerdo	120	31.90%
	Total	376	100.00%

Nota. Elaborado con SPSS Windows XXIV

Indicador: Características comparadas

El indicador *Características comparadas*, que corresponde a la dimensión Calidad comparada para la variable Satisfacción del cliente, fue medido a partir del ítem que indica: La ONP brinda mejores beneficios sobre los aportes respecto a otras AFPs

Los resultados muestran que los usuarios de la ONP Tacna consideran que la entidad ofrece los mejores beneficios en relación a otras entidades que brindan servicios similares.

Este resultado debe dicha afirmación dado el 27.7% de usuarios que indicaron estar Totalmente de Acuerdo y De Acuerdo con el 41.8%.

En la siguiente Tabla se presenta las frecuencias que explican estos resultados.

Tabla 40

Características comparadas

Pregunta	Alternativas	Recuento	%
La ONP brinda mejores beneficios sobre los aportes respecto a otras AFPs.	Totalmente en desacuerdo	2	0.50%
	En desacuerdo	18	4.80%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	95	25.30%
	De acuerdo	157	41.80%
	Totalmente de acuerdo	104	27.70%
	Total	376	100.00%

Nota. Elaborado con SPSS Windows XXIV

Indicador: Cumplimiento de necesidades comparadas

El indicador *Cumplimiento de necesidades comparadas*, que corresponde a la dimensión Calidad comparada para la variable Satisfacción del cliente, fue medido a partir del ítem que indica: La ONP cumple con satisfacer mis necesidades de una forma mucho más precisa respecto a las demás AFPs

Los resultados muestran que los usuarios de la ONP Tacna consideran que la entidad logra satisfacer las necesidades de los usuarios de forma precisa en comparación a las demás entidades que brindan el mismo servicio.

Este resultado debe dicha afirmación dado el 29.5% de usuarios que indicaron estar Totalmente de Acuerdo y De Acuerdo con el 32.4%. En la siguiente Tabla se presenta las frecuencias que explican estos resultados.

Tabla 41

Cumplimiento de necesidades comparadas

Pregunta	Alternativas	Recuento	%
La ONP cumple con satisfacer mis necesidades de una forma mucho más precisa respecto a las demás AFPs.	Totalmente en desacuerdo	2	0.50%
	En desacuerdo	19	5.10%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	122	32.40%
	De acuerdo	122	32.40%
	Totalmente de acuerdo	111	29.50%
	Total	376	100.00%

Nota. Elaborado con SPSS Windows XXIV

Indicador: Expectativas comparadas

El indicador *Expectativas comparadas*, que corresponde a la dimensión Calidad comparada para la variable Satisfacción del cliente, fue medido a partir del ítem que indica: Puedo afirmar que la ONP brinda el mejor servicio de pensiones del mercado

Los resultados muestran que los usuarios de la ONP Tacna consideran que la entidad, en comparación a las demás entidades que brindan servicios similares, brinda el mejor servicio que puede haber en el mercado.

Este resultado debe dicha afirmación dado el 32.2% de usuarios que indicaron estar Totalmente de Acuerdo y De Acuerdo con el 36.4%. En la siguiente Tabla se presenta las frecuencias que explican estos resultados.

Tabla 42

Expectativas comparadas

Pregunta	Alternativas	Recuento	%
Puedo afirmar que la ONP brinda el mejor servicio de pensiones del mercado.	Totalmente en desacuerdo	1	0.30%
	En desacuerdo	17	4.50%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	100	26.60%
	De acuerdo	137	36.40%
	Totalmente de acuerdo	121	32.20%
	Total	376	100.00%

Nota. Elaborado con SPSS Windows XXIV

4.2.1.3. Análisis general

La calidad del servicio tiene en su medición cinco dimensiones las mismas que dada su evaluación según indicadores permiten lograr una calificación promedio de 3.91 puntos lo que indica un nivel de cumplimiento de la Calidad del Servicio en 78.25% que es indicador de una valoración de Alto grado.

Este resultado tiene en su medición cinco dimensiones de las cuales la capacidad de respuesta, la cual hace referencia a la buena comunicación, servicio rápido, deseo de ayuda y la ocupación del trabajador, tiene la mejor la mejor calificación con una media de 3.94 puntos que indica un cumplimiento del 78.82% para tal dimensión.

Por otro lado, la segunda dimensión mejor calificada es la seguridad con un nivel de cumplimiento del 78.5% dada la media de 3.92 puntos.

Estos resultados se presentan en la siguiente Tabla resumen de evaluación de la variable, según dimensión, indicador, media, nivel de cumplimiento porcentual y grado de cumplimiento según cualificación.

Tabla 43

Evaluación de la Calidad del Servicio

Variable	Dimensión	Indicador	Media	Nivel de cumplimiento
CALIDAD DEL SERVICIO	Fiabilidad	Cumplimiento del servicio	3.94	78.83
		Resolución de problemas	3.86	77.29
		Servicio adecuado	4.02	80.32
		Tiempo de servicio	3.85	76.91
		Margen de errores	3.81	76.22
		Promedio: Fiabilidad	3.90	77.91
	Seguridad	Confianza al cliente	3.91	78.24
		Seguridad en el servicio	3.99	79.84
		Cortesía	3.92	78.46
		Conocimiento del servicio	3.87	77.45
		Promedio: Seguridad	3.92	78.50
	Elementos Tangibles	Equipos	3.85	76.91
		Apariencia de instalaciones físicas	3.91	78.30
		Apariencia de empleados	3.91	78.24
		Material de apoyo	3.96	79.26
	Promedio: Elementos tangibles	3.91	78.18	
	Capacidad de respuesta	Comunicación	3.95	78.94
		Servicio rápido	3.94	78.78
		Deseo de ayuda	3.98	79.63
		Ocupación del trabajador	3.90	77.93
	Promedio: Capacidad de respuesta	3.94	78.82	
	Empatía	Atención individualizada	3.90	78.03
		Horarios de atención	3.86	77.23
		Personalización	3.90	78.03
		Preocupación	3.93	78.62
		Comprensión de necesidades	3.91	78.14
	Promedio de Empatía	3.90	78.01	
Promedio de Calidad del Servicio		3.91	78.25	

Nota. Elaborado con SPSS Windows XXIV

En tanto, la satisfacción de los usuarios fue calificada como alta con un nivel de cumplimiento del 77.89% correspondiente a una media de 3.89 puntos, la cual tiene su evaluación en base a cinco dimensiones de las cuales la mejor calificada fue la opinión comparativa que hace notar que los usuarios de la ONP Sede Tacna indican que respecto a las demás entidades del sector, esta presenta mejores calificaciones en cuando a los requisitos comparados, calidad, procesos,

características y cumplimiento de expectativas. Dicha dimensión obtuvo un nivel de cumplimiento del 78.16% dada una media de 3.91 puntos.

Entre otro resultado también resalta la calificación en alto grado para la absolución de consultas con un nivel de cumplimiento del 77.95% dada una media de 3.90, respecto a la proporción de información y optimización de la consulta.

Tabla 44

Evaluación de la Satisfacción del cliente

Variable	Dimensión	Indicador	MEDIA	Nivel de cumplimiento
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Servicio	Expectativas	3.95	78.99
		Desempeño del servicio	3.84	76.81
		Promedio de Servicio	3.89	77.90
	Tiempo	Tiempo del servicio	3.89	77.82
		Cumplimiento de plazos	3.89	77.71
		Promedio de Tiempo	3.89	77.77
	Absolución de consultas	Proporción de información	3.88	77.66
		Optimización de la consulta	3.91	78.24
		Promedio de Absolución de consultas	3.90	77.95
	Precio	Cumplimiento de requisitos acordes al precio	3.90	77.98
		Comparación de precios	3.81	76.28
		Promedio de Precio	3.86	77.13
	Opinión comparativa	Requisitos comparados	3.90	77.98
		Calidad comparada	3.95	78.94
		Procesos comparados	3.88	77.55
		Características comparadas	3.91	78.24
		Cumplimiento de necesidades comparadas	3.85	77.07
		Expectativas comparadas	3.96	79.15
		Promedio de Opinión comparativa	3.91	78.16
		Promedio de Satisfacción del cliente	3.89	77.89

Nota. Elaborado con SPSS Windows XXIV

4.3. Verificación de hipótesis

4.3.1. Verificación de hipótesis general

La hipótesis general planteada es:

Hipótesis Nula H_0 : La calidad del servicio no se relaciona de forma significativa con la satisfacción de los pensionistas de la Oficina de Normalización Previsional - Sede Tacna.

Hipótesis Alternativa: H_1 : La calidad del servicio se relaciona de forma significativa con la satisfacción de los pensionistas de la Oficina de Normalización Previsional - Sede Tacna.

Se aplica la prueba de correlación de Rho-Spearman para determinar la verificación de la hipótesis, siendo el resultado:

Tabla 45

Correlación de Rho-Spearman Hipótesis General

			Calidad del Servicio	Satisfacción del cliente
Rho de Spearman	Calidad del Servicio	Coeficiente de correlación	1.000	.643(**)
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	376	376
	Satisfacción del cliente	Coeficiente de correlación	.643(**)	1.000
Sig. (bilateral)		.000	.	
N		376	376	

Nota. Elaborado con SPSS Windows XXIV

El criterio de decisión es el siguiente:

- Si el Valor de significancia < 0.05 entonces se establece que, si existe relación, por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna.
- Si el Valor de significancia > 0.05 entonces se establece que no existe relación, por lo tanto, se rechaza la hipótesis alterna.

Dado que el valor de significancia es menor de 0.05 se determina presencia de relación entre las variables. Por lo tanto, se determina por aprobar la hipótesis alterna (H_1) planteada dada la existencia de la relación significativa.

Por otro lado, el signo positivo del coeficiente de correlación de 0.643 indica una correlación positiva.

4.3.2. Verificación de hipótesis específicas

Se calculó la matriz de correlación que establece la relación existente entre las variables de estudio, y de las dimensiones de la calidad respecto a la satisfacción:

Tabla 46

Matriz de correlación

			Fiabilidad	Seguridad	Elementos tangibles	Capacidad de respuesta	Empatía	Calidad del Servicio
Rho de Spearman	Seguridad	Correlación de Spearman Sig. (bilateral)	,389**					
			,000					
	Elementos tangibles	Correlación de Spearman Sig. (bilateral)	,491**	,437**				
			,000	,000				
	Capacidad de respuesta	Correlación de Spearman Sig. (bilateral)	,434**	,428**	,456**			
			,000	,000	,000			
	Empatía	Correlación de Spearman Sig. (bilateral)	,413**	,448**	,440**	,422**		
			,000	,000	,000	,000		
Satisfacción del cliente	Correlación de Spearman Sig. (bilateral)	,530**	,521**	,532**	,547**	,516**	,643**	
		,000	,000	,000	,000	,000	,000	

Nota. Elaborado con SPSS Windows XXIV

4.3.2.1. Verificación de hipótesis específica 1

La hipótesis plantea:

Hipótesis Nula H_0 : Los elementos tangibles no se relacionan de forma significativa con la satisfacción de los pensionistas de la Oficina de Normalización Previsional - Sede Tacna.

Hipótesis Alternativa: H_1 : Los elementos tangibles se relacionan de forma significativa con la satisfacción de los pensionistas de la Oficina de Normalización Previsional - Sede Tacna.

Se aplica la prueba de correlación de Rho-Spearman para determinar la verificación de la hipótesis, siendo el resultado:

Tabla 47

Correlación de Rho-Spearman Hipótesis Específica 1

			Calidad del Servicio	Satisfacción del cliente
Rho de Spearman	Elementos tangibles	Coefficiente de correlación	1.000	.532(**)
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	376	376
	Satisfacción del cliente	Coefficiente de correlación	.532(**)	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	376	376

Nota. Elaborado con SPSS Windows XXIV

El criterio de decisión es el siguiente:

- Si el Valor de significancia < 0.05 entonces se establece que, si existe relación, por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna.
- Si el Valor de significancia > 0.05 entonces se establece que no existe relación, por lo tanto, se rechaza la hipótesis alterna.

Dado que el valor de significancia es menor de 0.05 se determina presencia de relación entre las variables. Por lo tanto, se determina por aprobar la hipótesis alterna (H_1) planteada dada la existencia de la relación significativa.

Por otro lado, el signo positivo del coeficiente de correlación de 0.532 indica una correlación positiva, la misma que es moderada y fuerte.

4.3.2.2.Verificación de hipótesis específica 2

La hipótesis plantea:

Hipótesis Nula H_0 : La fiabilidad no se relaciona de forma significativa con la satisfacción de los pensionistas de la Oficina de Normalización Previsional - Sede Tacna.

Hipótesis Nula H_1 : La fiabilidad se relaciona de forma significativa con la satisfacción de los pensionistas de la Oficina de Normalización Previsional - Sede Tacna.

Se aplica la prueba de correlación de Rho-Spearman para determinar la verificación de la hipótesis, siendo el resultado:

Tabla 48

Correlación de Rho-Spearman Hipótesis Específica 2

			Calidad del Servicio	Satisfacción del cliente
Rho de Spearman	Fiabilidad	Coefficiente de correlación	1.000	.530(**)
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	376	376
	Satisfacción del cliente	Coefficiente de correlación	.530(**)	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	376	376

Nota. Elaborado con SPSS Windows XXIV

Se tiene que el criterio de decisión es el siguiente:

- Si el Valor de significancia < 0.05 entonces se establece que, si existe relación, por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna.
- Si el Valor de significancia > 0.05 entonces se establece que no existe relación, por lo tanto, se rechaza la hipótesis alterna.

Debido a que el valor de significancia es menor de 0.05 se determina presencia de relación entre las variables. Por lo tanto, se determina por aprobar la hipótesis alterna (H_1) planteada dada la existencia de la relación significativa.

Así también, el signo positivo del coeficiente de correlación de 0.530 indica una correlación positiva, moderada y fuerte.

4.3.2.3.Verificación de hipótesis específica 3

La hipótesis plantea:

Hipótesis Nula H_0 : La capacidad de respuesta no se relaciona de forma significativa con la satisfacción de los pensionistas de la Oficina de Normalización Previsional - Sede Tacna.

Hipótesis Alterna: H_1 : La capacidad de respuesta se relaciona de forma significativa con la satisfacción de los pensionistas de la Oficina de Normalización Previsional - Sede Tacna.

Se aplica la prueba de correlación de Rho-Spearman para determinar la verificación de la hipótesis, siendo el resultado:

Tabla 49

Correlación de Rho-Spearman Hipótesis Específica 3

			Calidad del Servicio	Satisfacción del cliente
Rho de Spearman	Capacidad de respuesta	Coefficiente de correlación	1.000	.547(**)
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	376	376
	Satisfacción del cliente	Coefficiente de correlación	.547(**)	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	376	376

Nota. Elaborado con SPSS Windows XXIV

El criterio de decisión es el siguiente:

- Si el Valor de significancia < 0.05 entonces se establece que, si existe relación, por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna.
- Si el Valor de significancia > 0.05 entonces se establece que no existe relación, por lo tanto, se rechaza la hipótesis alterna.

Tomando en cuenta que el valor de significancia es menor de 0.05 se determina presencia de relación entre las variables. Por lo tanto, se determina por aprobar la hipótesis alterna (H_1) planteada dada la existencia de la relación significativa.

Entre tanto, el signo positivo del coeficiente de correlación de 0.547 indica una correlación positiva, moderada y fuerte.

4.3.2.4. Verificación de hipótesis específica 4

La hipótesis plantea:

Hipótesis Nula H_0 : La seguridad no se relaciona de forma significativa con la satisfacción de los pensionistas de la Oficina de Normalización Previsional - Sede Tacna.

Hipótesis Alterna: H_1 : La seguridad se relaciona de forma significativa con la satisfacción de los pensionistas de la Oficina de Normalización Previsional - Sede Tacna.

Se implementa la prueba de correlación de Rho-Spearman para determinar la verificación de la hipótesis, siendo el resultado:

Tabla 50

Correlación de Rho-Spearman Hipótesis Específica 4

			Calidad del Servicio	Satisfacción del cliente
Rho de Spearman	Seguridad	Coefficiente de correlación	1.000	.521(**)
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	376	376
	Satisfacción del cliente	Coefficiente de correlación	.521(**)	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	376	376

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Elaborado con SPSS Windows XXIV

El criterio de decisión es el siguiente:

- Si el Valor de significancia < 0.05 entonces se establece que, si existe relación, por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna.
- Si el Valor de significancia > 0.05 entonces se establece que no existe relación, por lo tanto, se rechaza la hipótesis alterna.

Puesto que el valor de significancia es menor de 0.05 se determina presencia de relación entre las variables. Por lo tanto, se determina por aprobar la hipótesis alterna (H_1) planteada dada la existencia de la relación significativa.

En tanto, el signo positivo del coeficiente de correlación de 0.521 indica una correlación positiva, moderada y fuerte.

4.3.2.5.Verificación de hipótesis específica 5

La hipótesis plantea:

Hipótesis Nula H_0 : La empatía no se relaciona de forma significativa con la satisfacción de los pensionistas de la Oficina de Normalización Previsional - Sede Tacna.

Hipótesis Alterna: H_1 : La empatía se relaciona de forma significativa con la satisfacción de los pensionistas de la Oficina de Normalización Previsional - Sede Tacna.

Se ejecutó la prueba de correlación de Rho-Spearman para determinar la verificación de la hipótesis, siendo el resultado:

Tabla 51

Correlación de Rho-Spearman Hipótesis Específica 5

			Calidad del Servicio	Satisfacción del cliente
Rho de Spearman	Empatía	Coefficiente de correlación	1.000	.516(**)
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	376	376
	Satisfacción del cliente	Coefficiente de correlación	.516(**)	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	376	376

Nota. Elaborado con SPSS Windows XXIV

Se considera que el criterio de decisión es el siguiente:

- Si el Valor de significancia < 0.05 entonces se establece que, si existe relación, por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna.
- Si el Valor de significancia > 0.05 entonces se establece que no existe relación, por lo tanto, se rechaza la hipótesis alterna.

Puesto que el valor de significancia es menor de 0.05 se determina presencia de relación entre las variables. Por lo tanto, se determina por aprobar la hipótesis alterna (H_1) planteada dada la existencia de la relación significativa.

Además, el signo positivo del coeficiente de correlación de 0.516 indica una correlación positiva, moderada y fuerte.

4.4. Discusión de resultados

Para dar un análisis de los resultados obtenidos de las variables “Calidad del servicio” y “Satisfacción del cliente”, a continuación, se realizó un contraste con las investigaciones citadas en el marco teórico, tanto en el ámbito internacional, nacional y local.

A nivel internacional, según los resultados obtenidos por Chacom (2012), de su tesis, determinó que la opinión del cliente respecto a los servicios adquiridos en los restaurantes era “aceptables”, excepto la higiene y limpieza de los servicios sanitarios y los recursos necesarios para este servicio. Estos van en concordancia por los resultados encontrados sobre la calidad y satisfacción del cliente. Además, para el presente estudio sí se evidenció un correcto manejo de las normas sanitarias, evidenciado en la apariencia de las instalaciones físicas.

Por otro lado, los autores Hernández, Jiménez y Rivera (2012), determinaron que la percepción de los clientes en cuanto a la calidad del servicio que brinda farmacia San Nicolás, era de “muy buen servicio”, de acuerdo a los resultados promedios. Esto va en correlación con los hallazgos obtenidos en la variable “calidad del servicio”, la cual obtuvo un valor promedio de “De acuerdo”.

Asimismo, Ortiz y Rosas (2004) arribaron que los clientes de esa organización, en general se encuentran con un alto grado de satisfacción. Este resultado apoya lo evidenciado en el presente trabajo, en el cual la variable “satisfacción del cliente” obtuvo un valor promedio de “De acuerdo”.

A nivel nacional Ramírez (2016), determinó una relación directa y positiva entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario del área de Farmacia del hospital Santa Gema de Yurimaguas. Esta misma relación se evidenció en la presente tesis, dando conformidad a la hipótesis general planteada.

Arhuis & Campos (2015), concluyeron que la calidad de servicio influye directamente en la satisfacción de los clientes de la Empresa Automotriz San Cristóbal, es decir el 82.2 % de la variación de la satisfacción. Para la presente investigación, respecto a la variable “satisfacción del cliente”, se obtuvo un nivel de cumplimiento del 77.8%. En ambos casos, los resultados fueron congruentes y positivos.

La tesis elaborada por los autores Véliz & Villanueva (2013), concluyó que en general, la calidad percibida presentó mínimas brechas negativas, como consecuencia de una buena percepción de los servicios recibidos, lo que llevó a concluir que esas variables no son la causa de las bajas coberturas. La unidad de estudio de la presente tesis fueron los pensionistas de la ONP, los cuales pertenecen a la tercera edad. A pesar que los resultados evidenciaron una conformidad respecto a la satisfacción en la atención, no se debe descuidar los valores de empatía, cortesía y paciencia.

Finalmente, a nivel local se citó la investigación de Espinoza (2017), quienes presentaron una correlación de 0.707 entre sus variables, lo cual contrasta de manera similar con lo evidenciado en la presente investigación, cuyo valor fue de 0.64.

CONCLUSIONES

1. Se determinó que la calidad del servicio se relaciona de forma significativa con la satisfacción de los pensionistas de la Oficina de Normalización Previsional - Sede Tacna, lo cual a nivel estadístico se justifica en el valor de significancia calculado, el cual es menor de 0.05, en el que se determina la relación de la Calidad del Servicio con la satisfacción de los pensionistas, y el coeficiente de correlación de 0.643 que explica una correlación positiva, moderada y fuerte. Con este resultado es posible afirmar que en función del modelo Servqual aplicado, la fiabilidad, seguridad, elementos tangibles, capacidad de respuesta y empatía para con los pensionistas que muestra la ONP Sede Tacna, es determinante para lograr satisfacer sus expectativas respecto al servicio, el tiempo de atención, la absolución de consultas, precios y generación de opiniones comparadas.
2. Se establece que los elementos tangibles se relacionan de forma significativa con la satisfacción de los pensionistas de la Oficina de Normalización Previsional - Sede Tacna, lo cual a nivel estadístico se justifica en el valor de significancia calculado, que es menor de 0.05, indicando que los elementos tangibles presentan relación con la satisfacción de los pensionistas, y dado un coeficiente de correlación de 0.532 que indica una correlación positiva, moderada y fuerte. Con este resultado es posible afirmar que los elementos tangibles, en los cuales se califican los equipos, apariencia de las instalaciones físicas, la apariencia de los empleados y material de apoyo, son determinantes para mejorar la experiencia de

atención de los pensionistas, lo que lleva a generar una adecuada satisfacción tras recibir el servicio.

- 3.** Se logró establecer que la fiabilidad se relaciona de forma significativa con la satisfacción de los pensionistas de la Oficina de Normalización Previsional - Sede Tacna, lo cual a nivel estadístico se justifica en el valor de significancia calculado menor de 0.05, y que determina la relación de la fiabilidad y la satisfacción de los pensionistas, además del coeficiente de correlación calculado de 0.53 que indica una correlación positiva, moderada y fuerte. Con este resultado es posible afirmar que la ONP Sede Tacna, dado el cumplimiento del servicio, la resolución de problemas, el servicio adecuado, los tiempos de servicio empleados y el manejo del margen de errores, aplicados en adecuadas condiciones, permite que los pensionistas logren una adecuada satisfacción respecto al servicio que han recibido.

- 4.** Se determina que la capacidad de respuesta se relaciona de forma significativa con la satisfacción de los pensionistas de la Oficina de Normalización Previsional - Sede Tacna, lo cual a nivel estadístico se justifica en el valor de significancia menor de 0.05, que indica la existencia de relación de la Capacidad de respuesta y la satisfacción de los pensionistas, y que según el coeficiente de correlación de 0.547, indican una relación positiva, moderada y fuerte. Con este resultado es posible afirmar que la ONP Sede Tacna presenta niveles adecuados de respuesta en términos de comunicación, un servicio rápido, deseo de ayudar y la dedicación del trabajador que no se muestra muy ocupado para atender, lo que

permite generar experiencias positivas del servicio y con ello lograr la satisfacción del pensionista.

- 5.** Se establece que la seguridad se relaciona de forma significativa con la satisfacción de los pensionistas de la Oficina de Normalización Previsional - Sede Tacna, lo cual a nivel estadístico se justifica en el valor de significancia calculado menor de 0.05, lo que indica la existencia de relación entre la Seguridad y la satisfacción de los pensionistas, y que se explica también dado el coeficiente de correlación de 0.521 que indica una relación positiva, moderada y fuerte. Con este resultado es posible afirmar que la confianza que se ofrece al pensionista, el servicio con cortesía y el conocimiento que muestran los trabajadores permiten que el pensionista logre satisfacer sus expectativas y con ello logre también generar una imagen de la ONP como una entidad que permite cubrir sus necesidades respecto al fondo de pensiones.
- 6.** Se logró determinar que la empatía se relaciona de forma significativa con la satisfacción de los pensionistas de la Oficina de Normalización Previsional - Sede Tacna, lo cual a nivel estadístico se justifica en el valor de significancia calculado menor de 0.05, que justifica la relación de la empatía con la satisfacción de los pensionistas, y que según el coeficiente de correlación de 0.516, indica una relación positiva, moderada y fuerte. Con este resultado es posible afirmar que la ONP Sede Tacna brinda una atención individualizada, ofrece horarios de atención convenientes, ofrece un servicio personalizado, muestra preocupación y comprensión por las necesidades, hecho que lleva a lograr la satisfacción de sus usuarios.

RECOMENDACIONES

1. La ONP Sede Tacna debe de implementar métrica que permitan medir la satisfacción post servicio, y que inviten a los pensionistas a manifestar sus recomendaciones para mejorar la calidad de los mismos, que permita ejecutar estrategias de acción con enfoque a mejorar los procesos empleados con fines de lograr satisfacer las expectativas de los mismos.
2. Se sugiere que la ONP Sede Tacna considere desarrollar boletines informativos que sean entregados con frecuencia mensual a fin de mantener mejor informados a los pensionistas respecto a la administración de sus pensiones, logrando con ello mejorar el uso de materiales para generar una mejor comunicación.
3. La ONP Sede Taca debe considerar implementar un buzón de sugerencias al alcance del pensionista a fin que pueda realizar recomendaciones para mejorar la confianza que ejerce la entidad al momento de brindar el servicio y con ello mejorar los procesos ejecutados al momento que realiza la atención.
4. Se sugiere que la Gerencia de la ONP Tacna considere realizar un programa de buenas prácticas que premie al colaborador que logra la mayor eficiencia en el proceso de atención en función de tiempos, y que su modelo sea aplicado como un referente para los demás colaboradores. Dicha premiación debe considerar bonos y/o reconocimientos públicos.

5. Se sugiere que, como parte del protocolo de atención, se considere emitir de forma impresa el reporte de fondos generado y saldos de cada pensionista, de modo que se logre inspirar mayor seguridad sobre los pensionistas y transparencia, a fin que puedan determinar que sus fondos son correctamente administrados por la entidad.

6. La Gerencia General debe considerar implementar un programa de pensionista incógnito, el mismo que pueda ser atendido en días de labor ordinarios y que una vez sea atendido, se logre obtener información primaria respecto a la efectividad con la que se brinda el servicio y rescatar los puntos débiles en los que debe tomarse medidas de mejora.

REFERENCIAS

- Alvarado, H., & Batanero, C. (2008). Significado del teorema central del límite en textos universitarios de probabilidad y estadística. *Estudios Pedagógicos*, 7-28.
- Arhuis & Campos. (2015). *Influencia de La Calidad de Servicio en La Satisfacción de Los Clientes de La Empresa Automotriz San Cristobal – Huancayo 2015*. Universidad Nacional del Centro del Perú.
- Armstrong, K. &. (2012). *Marketing*. Pearson Educación.
- Bitner & Hubert. (1994). *Marketing de servicios*. 2da Edición Mc. Graw-Hill.
- Botello, J. A. (2014). *La Calidad del Servicio en los Clientes Logísticos. Retos en la Formación de Profesionales Logísticos: Servicio y competitividad*, 12. Fundación Universitaria Andaluza Inca Garcilaso.
- Chacom. (2012). *Servicio al cliente en los restaurantes del municipio de San Pedro La Laguna, departamento de Sololá*. Universidad Rafael Landívar.
- Charles W. Lamb, J. J. (2002). *Fundamentos de Marketing*. Ediciones Paraninfo.
- Churchill & Surprenant. (1982). *Journal of Marketing Research*. Sage Publications.
- Cortes, J. P. (2010). *Modelo Q+4D como medir la satisfacción del cliente mas alla de la calidad percibida*. Aenor.
- Cronin & Taylor. (1994). *SERVPEF vs. SERVQUAL: reconciling performance bases and perceptions*. Journal of Marketing.
- Delgado, J. (2016). *Marco teórico sobre la fidelización de clientes en las clínicas veterinarias*.
<http://webquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/Fulltext/ADME0000711/C2.pdf>.

- Deming. (1989). *Calidad, productividad y competitividad: la salida de la crisis*. Ediciones Días Santos S. A.
- Duque. (2015). *Innovar Revista de ciencias administrativas y sociales*. Universidad Nacional de Colombia.
- Espinoza. (2017). *Calidad del Servicio y La Satisfacción del Cliente en La Planta de Revisiones Técnicas Servicios Operativos del Sur en la ciudad de Tacna 2016*. Universidad Privada de Tacna.
- Fortuny. (2017). *La percepción del cliente y un buen posicionamiento de mercado, claves para la venta*. <http://www.foromarketing.com/las-percepciones-del-cliente/>.
- Grande. (2005). *Marketing de los servicios (Vol. cuarta edición)*. ESIC.
- Grönroos, C. ., (1994). *Marketing y gestión de servicios: la gestión de los momentos de la verdad y la competencia en los servicios*. Diaz de Santos.
- Gujarati, D. (2010). *Econometría*. McGraw-Hill.
- Hernández Jiménez y Rivera. (2012). *Evaluación de La Calidad del Servicio de Farmacias San Nicolas*. Universidad Tecnológica de El Salvador.
- Ishikawa, K. (2003). *¿Qué es el Control Total de Calidad?* Editorial Norma.
- Kotler & Armstrong. (2012). *Marketing*. Decimo cuarta Edición, Pearson Educación.
- Kotler. (1996). *Dirección de mercadotecnia*. Prentice Hall.
- Kotler. (2002). *Dirección de Marketing Conceptos Esenciales, 1era Edición*. Prentice Hall.
- Kotler. (2003). *Los 80 conceptos esenciales del marketing de la A a la Z*. Pearson Educación.
- Lavado & Millám. (1998). *Investigaciones europeas de dirección y economía de la empresa*.

- Moral, I. (2006). *Modelos de regresión: lineal simple y regresión logística*. Obtenido de Revistas Eden: <https://revistaseden.org/files/14-CAP%2014.pdf>
- Oliver R. (2002). *Service Quality. New Directions in Theory and Practice*. Sage Publications.
- ONP-Tacna. (20 de Febrero de 2019). Total de pensionistas atendidos en la ONP - Sede Tacna. Registro de atención, compendio 2018. (J. Vílchez, Entrevistador)
- Parasuraman Berry & Zeithaml. (1988). *Calidad total e la gestión de servicios*. Diaz de Santos.
- Parasuraman, Berry, & Zeithaml. (1988). *Calidad total en la gestión de servicios: cómo lograr el equilibrio entre las percepciones y las expectativas*. Diaz de Santos.
- Pérez, V. ., (2006). *Calidad total en la atención al cliente, Pautas para garantizar la excelencia en el servicio*. Ideaspropias.
- Pizzo. (20 de Agosto de 2014). *comoservirconexcelencia.com*. Obtenido de <http://comoservirconexcelencia.com/blog/construyendo-una-definicion-de-calidad-en-el-servicio/.html>
- Prieto. (2008). *Atencion al cliente*. Pirámide.
- Quiñones, M. E. (2011). *Calidad en el servicio*. Ecoe ediciones.
- Ramirez. (2016). *Calidad de servicio y satisfacción del usuario del área de Farmacia del Hospital Santa Gema de Yurimaguas, 2016*. Universidad César Vallejo.
- Rico, R. (1998). *Total customer satisfaction*. Macchi.

- Rosas, O. &. (2004). *Análisis de La Calidad en el Servicio del Concesionario Volkswagen “Automóviles de Santa Ana S.A. De C.V.* Universidad de las Américas Puebla.
- Rust & Oliver. (1994). *Service Quality. New Directions in Theory and Practice.* Sage Publications.
- Saura, I. G. (2006). *Encuentro de servicio, valor percibido y satisfacción del cliente en relacion entre empresas.* Ediciones Complutense.
- Stanton William, E. ., (2004). *Fundamentos de Marketing (Vol. 13va).* Mc Graw Hill.
- Vértice. (2008). *Calidad en el servicio y atención al cliente.* Vértice.
- Villanueva, V. &. (2013). *Calidad percibida por los usuarios externos e internos frente a los servicios que reciben en los centros de referencia para infecciones de Transmisión Sexual (CERTIS) de La Disa II Lima Sur.* Universidad Católica del Perú.
- Villaseca. (2014). *Innovacion y marketing de servicios en la era digital. Primera,* 224. ESIC.

APÉNDICE

Apéndice A. Matriz de Consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	Variable	Dimensión	Indicador
Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Variable independiente: Calidad de los servicios	Elementos tangibles	Apariencia de las instalaciones físicas
¿Cómo se relaciona la calidad del servicio con la satisfacción de los pensionistas de la Oficina de Normalización Previsional - Sede Tacna?	Determinar la relación de la calidad del servicio con la satisfacción de los pensionistas de la Oficina de Normalización Previsional - Sede Tacna.	La calidad del servicio se relaciona de forma significativa con la satisfacción de los pensionistas de la Oficina de Normalización Previsional - Sede Tacna.			Equipos
					Apariencia de empleados
					Materiales de comunicación
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas		Fiabilidad	Habilidad de prestación del servicio
¿Cómo se relacionan los elementos tangibles con la satisfacción de los pensionistas de la Oficina de Normalización Previsional - Sede Tacna?	Establecer la relación de los elementos tangibles con la satisfacción de los pensionistas de la Oficina de Normalización Previsional - Sede Tacna.	Los elementos tangibles se relacionan de forma significativa con la satisfacción de los pensionistas de la Oficina de Normalización Previsional - Sede Tacna.		Capacidad de respuesta	Deseo de ayuda
				Seguridad	Servicio rápido
					Conocimiento del servicio
¿Cómo se relaciona la fiabilidad con la satisfacción de los pensionistas de la Oficina de Normalización Previsional - Sede Tacna?	Establecer la relación de la fiabilidad con la satisfacción de los pensionistas de la Oficina de Normalización Previsional - Sede Tacna.	La fiabilidad se relaciona de forma significativa con la satisfacción de los pensionistas de la Oficina de Normalización Previsional - Sede Tacna.		Empatía	Cortesía
					Confianza al cliente
¿Cómo se relaciona la capacidad de respuesta con la satisfacción de los pensionistas de la Oficina de	Establecer la relación de la capacidad de respuesta con la satisfacción de los pensionistas de la Oficina	La capacidad de respuesta se relaciona de forma significativa con la satisfacción de los	Variable dependiente: Satisfacción del cliente	Servicio	Expectativas
				Tiempo	Desempeño del servicio
					Tiempo del servicio
			Absolución de	Cumplimiento de plazos	
					Proporción de información

Normalización Previsional - Sede Tacna?	de Normalización Previsional - Sede Tacna.	pensionistas de la Oficina de Normalización Previsional - Sede Tacna.	consultas	Optimización de la consulta
¿Cómo se relaciona la seguridad con la satisfacción de los pensionistas de la Oficina de Normalización Previsional - Sede Tacna?	Establecer la relación de la seguridad con la satisfacción de los pensionistas de la Oficina de Normalización Previsional - Sede Tacna.	La seguridad se relaciona de forma significativa con la satisfacción de los pensionistas de la Oficina de Normalización Previsional - Sede Tacna.	Precio	Cumplimiento de requisitos acordes al precio Comparación de precios
¿Cómo se relaciona la empatía con la satisfacción de los pensionistas de la Oficina de Normalización Previsional - Sede Tacna?	Establecer la relación de la empatía con la satisfacción de los pensionistas de la Oficina de Normalización Previsional - Sede Tacna.	La empatía se relaciona de forma significativa con la satisfacción de los pensionistas de la Oficina de Normalización Previsional - Sede Tacna.	Opinión comparativa	Requisitos comparados Calidad comparada Procesos comparados Características comparadas Cumplimiento de necesidades comparadas Expectativas comparadas
METODO Y DISEÑO		POBLACIÓN Y MUESTRA		TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Tipo de investigación:	Básica	Población:	17,204 pensionistas	Técnica: Encuesta
Diseño de investigación:	No experimental, Transversal	Muestra:	376 pensionistas	Instrumentos: Cuestionario
Nivel de investigación	Correlacional			Tratamiento estadístico: SPSS Windows Versión XXV

Apéndice B. Cuestionario

CUESTIONARIO

A continuación, se presenta una serie de preguntas con el fin de evaluar la calidad de los servicios y su satisfacción respecto al servicio que le brinda la ONP. Favor de marcar con una “X” según corresponda:

Edad: _____

Sexo: Masculino () Femenino ()

Ítems:

1: Totalmente en desacuerdo

2: En desacuerdo

3: Ni de acuerdo ni en desacuerdo

4: De acuerdo

5: Totalmente de acuerdo

Ítems			1	2	3	4	5
Calidad del Servicio							
Fiabilidad	Cumplimiento del servicio	La ONP cumple con el servicio según a lo solicitado					
	Resolución de problemas	En caso de presentarse algún inconveniente, la ONP se encarga de resolver dicho problema					
	Servicio adecuado	El servicio que brinda la ONP es un servicio de calidad					
	Tiempo de servicio	El tiempo de atención es prudente					
	Margen de errores	La ONP no muestra tener errores durante el servicio ofrecido					
Seguridad	Confianza al cliente	Los trabajadores de la ONP inspiran confianza					
	Seguridad en el servicio	Me siento seguro siendo atendido en la ONP					
	Cortesía	Los trabajadores muestran amabilidad durante el servicio					
	Conocimiento del servicio	Los trabajadores tienen conocimiento sobre los servicios que brindan					
Elementos Tangibles	Equipos	La ONP cuenta con el equipamiento y tecnologías necesarias para garantizar un buen servicio.					
	Apariencia de instalaciones físicas	Las instalaciones de la ONP son las adecuadas para ofrecer un servicio seguro.					
	Apariencia de empleados	El personal cuida de una presentación pulcra y ordenada.					
	Material de apoyo	Se emplean diferentes elementos y materiales para brindar mayor información sobre el servicio que brinda la ONP					

Capacidad de respuesta	Comunicación	La ONP brinda una comunicación adecuada durante el servicio.						
	Servicio rápido	El servicio recibido es rápido y fiable.						
	Deseo de ayuda	Los trabajadores muestran siempre disposición para atender mis requerimientos.						
Empatía	Ocupación del trabajador	Los trabajadores no se muestran demasiado ocupados para atender mis requerimientos.						
	Atención individualizada	La atención en la ONP es individualizada.						
	Horarios de atención	Los horarios de atención de la ONP son los adecuados.						
	Personalización	Percibo que existe una adecuada personalización para brindar un buen servicio.						
	Preocupación	Siento que se preocupan por brindarme un adecuado servicio.						
	Comprensión de necesidades	La ONP comprende mis necesidades.						
Satisfacción del cliente								
Servicio	Expectativas	El servicio que brinda la ONP cubre mis expectativas						
	Desempeño del servicio	Puedo afirmar que la ONP brinda un buen servicio						
Tiempo	Tiempo del servicio	El tiempo de servicio para ser atendido y resolver mi solicitud cubre mis expectativas.						
	Cumplimiento de plazos	La ONP cumple con los plazos de depósito y trámites de forma satisfactoria.						
Absolución de consultas	Proporción de información	La ONP siempre me proporciona la información necesaria para lograr mejor conocimiento sobre la forma en la que operan.						
	Optimización de la consulta	La ONP absuelve mis consultas de forma óptima y precisa.						
Precio	Cumplimiento de requisitos acordes al precio	La ONP cumple con realizar el pago de las pensiones de forma transparente según los fondos generados.						
	Comparación de precios	La ONP brinda tasas de aporte mucho más altas respecto a las demás AFPs.						
Opinión comparativa	Requisitos comparados	Los requisitos de la ONP para la afiliación y pago de pensiones es menos complejo respecto a las demás AFPs.						
	Calidad comparada	La ONP brinda el mejor servicio de pensiones en el Perú.						
	Procesos comparados	La ONP brinda muchas más facilidades de afiliación y para trámites respecto a las demás AFPs.						
	Características comparadas	La ONP brinda mejores beneficios sobre los aportes respecto a otras AFPs.						
	Cumplimiento de necesidades comparadas	La ONP cumple con satisfacer mis necesidades de una forma mucho más precisa respecto a las demás AFPs.						
	Expectativas comparadas	Puedo afirmar que la ONP brinda el mejor servicio de pensiones del mercado.						

MUCHAS GRACIAS

Apéndice B. Regresión lineal

Prueba SC = f(CS)

Tabla 52

Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Durbin-Watson
1	,830 ^a	,690	,689	,25543	1,643

a. Predictores: (Constante), Calidad del Servicio

b. Variable dependiente: Satisfacción del cliente

Tabla 53

ANOVA

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	54,191	1	54,191	830,560	,000 ^b
	Residuo	24,402	374	,065		
	Total	78,593	375			

a. Variable dependiente: Satisfacción del cliente

b. Predictores: (Constante), Calidad del Servicio

Tabla 54

Coefficientes

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados			Estadísticas de colinealidad	
		B	Desv. Error	Beta	t	Sig.	Tolerancia	VIF
1	(Constante)	,606	,115		5,277	,000		
	Calidad del Servicio	,840	,029	,830	28,819	,000	1,000	1,000

a. Variable dependiente: Satisfacción del cliente

Tabla 55

Diagnóstico de colinealidad

Modelo	Dimensión	Autovalo r	Índice de condición	Proporciones de varianza	
				(Constante)	Calidad del Servicio
1	1	1,993	1,000	,00	,00
	2	,007	17,382	1,00	1,00

a. Variable dependiente: Satisfacción del cliente

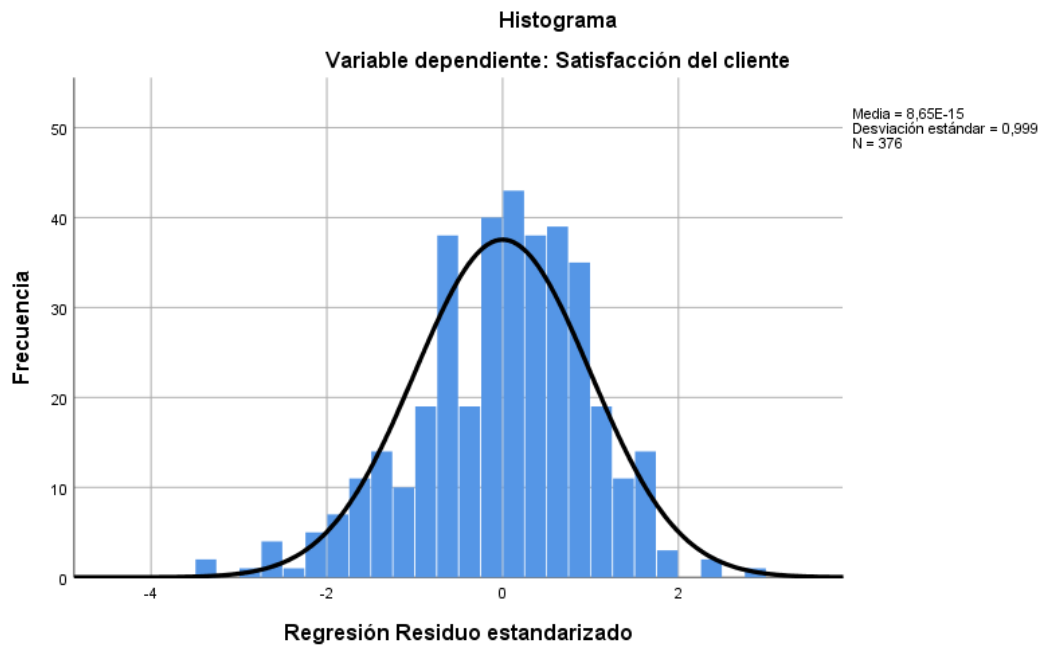
Tabla 56

Estadísticos de residuos

	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Desviación	N
Valor pronosticado	2,7072	4,5815	3,8946	,38014	376
Residuo	-,84311	,72276	,00000	,25509	376
Desv. Valor pronosticado	-3,124	1,807	,000	1,000	376
Desv. Residuo	-3,301	2,830	,000	,999	376

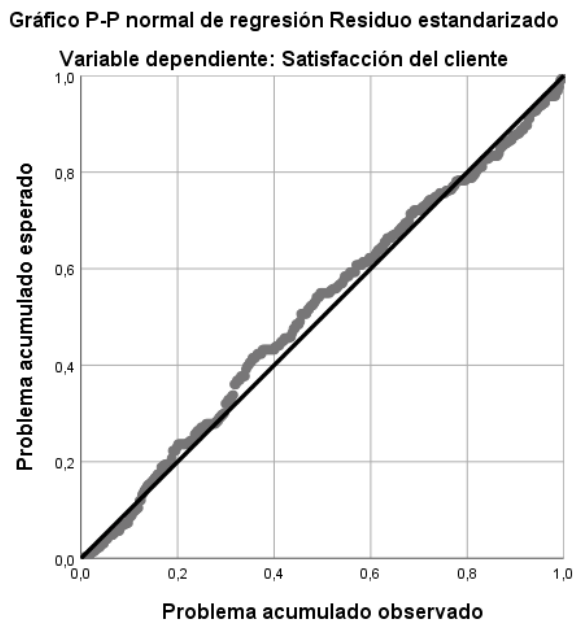
a. Variable dependiente: Satisfacción del cliente

Figura 5
Histograma del modelo



Nota. Elaborado con SPSS Windows XXIV

Figura 6
Gráfico P-P normal de regresión residuo estandarizado



Nota. Elaborado con SPSS Windows XXIV

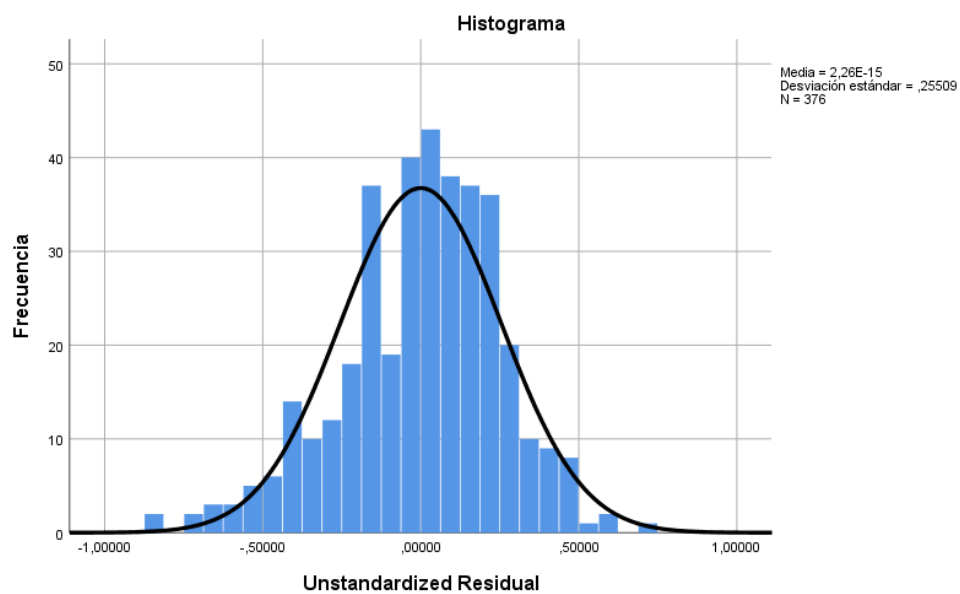
Tabla 57

Estadísticos descriptivos

	N Estadístico	Media Estadístico	Asimetría		Curtosis	
			Estadístico	Desv. Error	Estadístico	Desv. Error
Unstandardized Residual	376	,000000 0	-,459	,126	,369	,251
N válido (por lista)	376					

Nota. Elaborado con SPSS Windows XXIV

Figura7

Histograma

Nota. Elaborado con SPSS Windows XXIV